

# Unilever gagne en visibilité et en contrôle sur la catégorie de dépenses la plus imprévisible



## Portrait

Chaque jour, 2,5 milliards de personnes utilisent les produits Unilever pour se sentir bien, avoir l'air bien et profiter davantage de la vie. Avec plus de 400 marques achetées dans 190 pays, Unilever a réalisé un chiffre d'affaires de 53,7 milliards d'euros en 2017. Treize de ses marques génèrent des ventes de plus d'un milliard d'euros. Avec des sièges à Londres et à Rotterdam, la société a un seul conseil d'administration et quatre grandes divisions : Foods, Refreshment (boissons et crème glacée), Home Care, et Beauty & Personal Care. Unilever possède des

installations de recherche et développement en Chine, en Inde, aux Pays-Bas, au Royaume-Uni et aux États-Unis et exerce 57 % de ses activités dans les marchés émergents. Les tâches répétitives qui, sans une approche systématique et automatisée, peuvent consommer énormément de temps et être lourdes en ressources.

## Le Challenge

La relation d'Unilever avec JAGGAER remonte à 1998 avec ce qui était alors le Centre d'Affaires des transports d'Unilever (TBC) en Amérique du Nord. Au fil du temps, cet engagement a pris de l'ampleur à l'échelle mondiale et se concentre toujours sur l'une des catégories les plus testées de sourcing et de contract management au sein de l'achat: le transport et la logistique. Au cours des dernières années, JAGGAER a organisé divers événements de sourcing guidés avec Unilever, dont un pour les expéditions de crème glacée réfrigérée en Amérique du Nord, ce qui a permis de réaliser des économies de huit chiffres. Les contrats sont très dynamiques dans cette catégorie car il y a beaucoup d'éléments mobiles. « Un cliché pris aujourd'hui de l'année dernière peut être très différent de celui de l'année prochaine. Cela doit être

*« Ce qui est vraiment avantageux, c'est que nous obtenons un aperçu instantané des dépenses réelles par rapport aux dépenses prévues dans tous nos contrats. Est-ce que nos dépenses avec un transporteur particulier sont trop élevés ou trop faibles ? »*

Srestha Dutta, Global Process & Technology Senior Manager

pris en compte lors de la modélisation des décisions. De plus, comme la capacité des transporteurs est limitée et que les appels d'offres sont complexes, il est essentiel de tenir compte des différents scénarios possibles et des relations de soutien primaire.

» explique William Robinson, Engagement Manager chez JAGGAER. "Il y a donc une évolution constante et progressive pour les catégories dynamiques, comme le transport, qui rend le suivi de l'utilisation et de la conformité dans les temps avec les tableaux de bord si significatifs pour ces catégories qui sont par ailleurs extrêmement difficiles à contourner", ajoute-t-il.

## La Solution

Claire Blake, chef d'équipe, Professional Services EMEA, explique plus en détail pourquoi JAGGAER était particulièrement bien placé pour répondre aux exigences d'Unilever : "Le centre d'affaires logistiques d'Unilever, qui est alimenté par une série de modules sous l'égide de JAGGAER One, peut offrir aux clients des suites spécifiques à des catégories de transport couvrant des besoins précis de bout en bout pour le sourcing avancé, la gestion des contrats et des tarifs, les processus complexes d'approbation des matrices, la conformité des flux de travail, etc. Nous pouvons construire des solutions analytiques robustes et scalables, les tester et les déployer sur plusieurs zones géographiques relativement rapidement."

### Construire des tableaux de bord analytiques robustes

En 2019, la société a décidé de se lancer dans un projet visant à mettre en place des tableaux de bords mondiaux pour les événements de Sourcing et de Contrat . Ces tableaux de bords devraient fournir aux utilisateurs finaux une visibilité sur l'ensemble du champ d'application qui leur est attribué. Avec plusieurs équipes commerciales travaillant dans le monde entier, le TBC est une source d'informations intégrées sur les appels d'offres et les paiements, qui a fourni

une base solide pour la construction d'une solution analytique. Néanmoins, la manière dont les données sont saisies dans les nombreuses régions et pays diffère quelque peu, ce qui a posé un défi d'intégration.

Toutes les informations contractuelles et actuelles de la base de données JCS d'Unilever TBC, les informations du système de paiement, ainsi que les informations générées par les matrices de flux de travail et d'approbation des modules JAGGAER Sourcing et Contrats, sont intégrées dans les tableaux de bords analytiques JAGGAER. Les rapports sont ensuite présentés sous forme de tableau.

Les tableaux de bord, qui ont été mis en œuvre avec JAGGAER Spend Analytics, sont conçus pour répondre à une série de questions, guidant l'utilisateur final à travers un parcours de compréhension essentielle des données dans divers domaines fonctionnels. Les tableaux de bords ont une portée mondiale et couvrent toutes les régions en dehors de l'Europe. Les utilisateurs peuvent obtenir une vue d'ensemble rapide, puis approfondir rapidement des domaines d'intérêt particuliers tels que l'équipe, le groupe, le portefeuille, le marché et les modes (y compris l'aérien, l'intermodal, les chargements partiels, le maritime, le ferroviaire, le transport par camion et l'entreposage).

Les tableaux de bord de sourcing répondent à toutes les questions concernant les activités de sourcing d'Unilever, en fournissant une multitude d'informations et d'aperçus exploitables sur les approvisionnements et les activités d'engagement des fournisseurs telles que les RFI, les RFP et enchères, allant bien au-delà de la visibilité standard, en fournissant des clichés analytiques détaillés tels que les écarts, les processus et activités qui pourraient être optimisés davantage. Ils s'attachent principalement à répondre aux questions de visibilité telles que :

- Quel est le nombre total de demandes de renseignements qui ont été remplies ?



- Combien d'événements (RFQ) ont été organisés par division/lieu/catégorie/événement/round ?
- Quel est le nombre moyen de scénarios dans un appel d'offres ?
- De nouveaux fournisseurs sont-ils recommandés pour recevoir des commandes ?

Les gestionnaires et administrateurs de contrats chez Unilever sont désormais en mesure d'exploiter des informations utiles pour soutenir leurs activités de sourcing stratégique, telles que la planification du pipeline, et pour aider à formuler des stratégies d'appel d'offres afin de maximiser les économies par catégorie. Un utilisateur final peut trouver des réponses à des questions fondamentales telles que le nombre total d'événements, le nombre de fournisseurs et la participation des fournisseurs. Cela peut se faire en un coup d'œil à l'aide d'écrans et de rapports standards, tels que le tableau de bord des activités, la vue d'ensemble

des événements et le rapport d'adoption.

### **Une mine d'or d'informations**

«En creusant dans cette mine d'informations, les utilisateurs peuvent mieux comprendre ce qui fonctionne bien, ce qui fonctionne moins bien et obtenir de nouvelles idées, ce qui leur permet de concevoir des stratégies et des actions correctives basées sur des faits » rapporte Srestha Dutta, Global Process & Technology Senior Manager.

Les tableaux de bord des contrats et de l'utilisation des contrats fournissent une série de rapports sur le nombre de contrats répartis selon différentes dimensions. Le principal avantage est qu'ils permettent aux gestionnaires et aux administrateurs de contrats d'identifier les contrats qui ne sont pas utilisés de manière optimale et les fournisseurs qui y sont associés. Là encore, cela signifie qu'ils peuvent prendre des mesures fondées sur des informations solides. Le type de questions principalement abordées

ici comprend, par exemple, l'approbation du contrat ou le délai d'exécution. Combien de contrats arrivent à échéance à court terme et dans quelles catégories ? Quelle est la répartition de l'utilisation des contrats aux 10 % les plus proches, quelle est la valeur du contrat pour chacune de ces fourchettes de 10 % d'utilisation des contrats ? Comment l'utilisation des contrats varie-t-elle en fonction de leur valeur ? Quelle est l'utilisation des contrats par catégorie pour les dix premières catégories (ou fournisseurs) ?

Les réponses à ces questions et à d'autres questions similaires permettent à l'utilisateur d'identifier les contrats et les fournisseurs qui nécessitent des mesures correctives, par exemple en cas de sous-utilisation ou de surutilisation d'un contrat avec un certain fournisseur sur un itinéraire spécifique. Ici aussi, l'analyse multidimensionnelle permet aux utilisateurs d'Unilever de filtrer les données dans différents domaines d'intérêt. "La beauté du système est que vous pouvez faire tout cela rapidement et facilement, soit en cliquant sur un graphique dans le tableau de bord, soit en utilisant les options de filtrage intégrées dans l'en-tête du tableau de bord en haut de chaque tableau", explique Srestha Dutta.

## Le Futur

### Une main plus forte pour la prochaine négociation

"Ce qui est vraiment bénéfique, c'est que nous avons un aperçu instantané de la situation réelle par rapport aux prévisions pour tous nos contrats, et que nous savons si nos dépenses pour un transporteur particulier sont beaucoup plus ou beaucoup moins élevées", ajoute Srestha Dutta. Grâce à ces informations, Unilever peut réévaluer la relation et être en bien meilleure position pour négocier la prochaine fois. Le tableau de bord permettra de découvrir d'autres problèmes tels que les domaines dans lesquels il existe une fragmentation excessive des fournisseurs, en identifiant les opportunités de consolidation.

"Dans la catégorie du transport et de la logistique, il y a une infinité de variables et de circonstances imprévisibles. Par conséquent, la capacité à identifier où la gestion des contrats se déroule comme prévu ou, à l'inverse, où elle dérape en raison d'une sous-utilisation ou d'une surutilisation est un véritable atout. Nous prévoyons que les tableaux de bord JAGGAER apporteront de nombreux avantages pour la planification des pipelines et les stratégies de soumission, nous permettant d'inverser l'érosion des économies et d'obtenir une meilleure valeur de nos fournisseurs de transport et de logistique", conclut Srestha Dutta

#### Americas

+1 919 659 2600  
sales@jaggaer.com

#### France

+33 (1) 46 09 56 78  
info.fr@jaggaer.com

#### MEA

+9714 360 1300  
info-mena@jaggaer.com

#### APAC

+61 (2) 8072 0644  
apac\_sales@jaggaer.com