

→ JCL

# L'EDI

## pour améliorer la productivité ?

Dans une période économique difficile, c'est sur la gestion des stocks et de la productivité que des économies sont envisageables. Une préoccupation au cœur de la démarche de l'association EDI-optique qui travaille à améliorer les flux d'information au cœur du magasin et avec les partenaires de l'opticien.

**A** l'occasion de son dixième anniversaire, l'association EDI-optique présentait une étude menée sur onze magasins pour mesurer l'avantage de l'amélioration des flux d'informations au sein des magasins. Une étude qu'elle concluait par le constat selon lequel le bénéfice envisageable pour l'entreprise était des gains de productivité de 10 à 15 %. De quelle manière ?

Tout simplement en gagnant du temps sur des opérations quotidiennes. C'est le cas du recouvrement des paiements par les clients aussi bien que des remboursements des "AMC", assurances, mutuelles et complémentaires. « La meilleure gestion de ces différentes opérations grâce à l'outil informatique permettrait de gagner de l'ordre de 10 à 15 jours sur l'ensemble de l'année », estime Jean-Christophe Leroy, directeur du projet EDI.

Autre poste de progression envisageable : celui de la gestion avec les fournisseurs. Là encore, un référencement informatisé des produits, montures et lentilles permettrait de gagner de l'ordre de 10 à 15 jours par an. Enfin, ce sont des économies de temps grâce à la dématérialisation des factures et avoirs qui sont envisageables en allégeant « les processus de contrôle des factures et [en diminuant les] litiges sur les avoirs ». Là encore des gains, de l'ordre de 5 à 10 jours.

Que faire du temps ainsi économisé ? Sur les magasins tests, l'étude montre que ces gains sont rarement mis à profit et qu'ils se trans-

forment en "temps morts" pour les personnels. Pour Jean-Christophe Leroy, plutôt que de gaspiller ce temps, il peut être mis à profit pour baisser le nombre d'heures d'ouverture. « Cette réduction doit être envisagée selon les paramètres locaux, magasin par magasin », explique-t-il. Selon lui, cette possibilité n'est pas contradictoire avec les exigences du commerce.

« Beaucoup de magasins ouvrent de 9h à 19h30, du lundi au samedi, alors qu'ils réalisent un chiffre d'affaires nul sur certains créneaux horaires ». Pour le responsable, les magasins qui offrent les meilleurs rendements ne sont pas ceux qui ouvrent le plus longtemps.

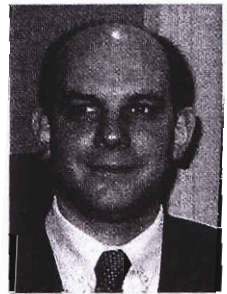
### COOPÉRATION DES INTERVENANTS

Le gain de temps peut également se transformer en augmentation du nombre de rendez-vous ou en temps passé avec la clientèle afin d'augmenter le panier moyen. « Les offres de type "2<sup>ème</sup> paire" pour 1 € n'augmentent plus le panier moyen bien [qu'elles] augmentent de 10 % à 30 % le temps consacré à la gestion d'un dossier », relève-t-on à l'EDI. Sur l'échantillon des onze magasins étudié, le panier moyen « est de 320 € pour des magasins qui proposent 80 % de leurs équipements avec des secondes paires contre 400 € pour les magasins qui en proposent aux alentours de 10 % ».

Jean-Christophe Leroy souligne que « l'opération conçue à l'origine pour maintenir des prix élevés a aujourd'hui un effet inverse ». Reste

que si les gains envisageables sont attractifs, l'opticien seul ne peut mettre en place les solutions informatiques. « C'est un processus complexe », reconnaît Jean-Christophe Leroy.

Dans les magasins, la grande majorité des logiciels sont déjà compatibles avec l'EDI, sans coûts supplémentaires. Mais leur utilisation ne sera optimisée que si les complémentaires disposent des outils électroniques compatibles, de même que les fabricants de verres, montures ou lentilles. C'est tout l'enjeu de la démarche de l'association depuis dix ans. ■



Pour Jean-Christophe Leroy, directeur du projet EDI, le temps économisé pourrait être utilisé pour réduire les plages horaires d'ouverture et se consacrer à augmenter le panier moyen des clients.

### L'EDI c'est quoi ?

L'EDI (Electronic Data Interchange ou Echange de Données Informatisées) est le terme général pour définir un échange d'informations automatique entre deux entités à l'aide de messages standardisés, de machine à machine. Par exemple, une entreprise peut émettre ses commandes, ses avis d'expédition, ses factures par EDI qui seront télétransmis vers les ordinateurs de ses partenaires commerciaux (fournisseurs, clients, banques etc.) capables d'interpréter et d'intégrer automatiquement les données.

	<p>Vente et achat de matériel d'optique Neuf et Occasion</p>
	<p>Atelier complet - Devis personnalisé</p> <p>Toutes nos lunettes sont garanties et révisées.</p>
<p><a href="http://www.eim-optique-services.com">www.eim-optique-services.com</a></p>	
<p>Tel : 06 19 58 54 51 ou 06 27 65 54 03</p>	
<p>Philippe Rouzée <a href="mailto:contact@eim-optique-services.com">contact@eim-optique-services.com</a></p>	
<p>5 rue des Drapiers 27110 Venon</p>	