



Une des particularités du e-commerce : l'éclatement des marchandises pour être distribuées à l'unité.

des réceptions, captation en temps réel des commandes passées en ligne... et au final une gestion précise des stocks disponibles.

«En interfaçant notre système au back-office de nos clients, nous prenons toute la logistique en main si bien que le e-commerçant peut se concentrer sur son cœur de métier qui est la vente» résume Thierry Dupré, le dirigeant de cette PME toulousaine.

La palette de services offerts autour du métier de l'entrepôt est très large. Elle englobe entre autres, la détection des non-conformités des produits des fournisseurs, la gestion des litiges liés au transport, le retour des articles achetés en ligne... La réactivité et la souplesse font partie des atouts de cette jeune société.

Ainsi les clients qui souhaitent garder en interne une partie du stock bénéficient avec le système de gestion e-kan des

conditions tarifaires négociées par e-Logik sur le poste transport.

Pour aller plus loin dans l'information, l'entreprise toulousaine a prévu de lancer le portail moncolis.com qui centralisera tout le tracking des transporteurs quittant ses propres entrepôts. ◀

Emma BAO

E N CHIFFRES

- Effectifs : 8 personnes. e-Logik a signé la charte de la diversité.
- CA : 750 000 euros sur l'exercice 2009/2010.
- Objectif en 2011 : dépasser 1 Meuros.
- Surface d'entrepôt : 1000 m² à Toulouse, 2500 m² à Lyon.

Logistique et transport : coûts moyens

e-Logik a pour objectif de ramener le coût de la logistique sous la barre des 5%. A cela s'ajoute le poste transport estimé en moyenne à 8%. Soit une charge de 13% que le e-commerçant doit intégrer dans son modèle économique.

My American Market : l'épicerie américaine en ligne



Anne-Claire Bodge.



► Après avoir vécu 4 ans aux USA, Anne-Claire Bodge a fondé My American Market, une épicerie en ligne proposant aux quelque 100 000 Américains expatriés vivant en France leurs produits familiers. 200 références, (les grands classiques), sont actuellement disponibles.

«Le taux de fidélisation est très élevé», constate la dirigeante de cette société toulousaine créée en mai 2009. Pour faire connaître le site, plusieurs canaux sont utilisés : la publicité sur Facebook, Google, le bouche à oreille, les associations américaines... ◀