

## COMMERCE ÉLECTRONIQUE

LIBÉREZ VOS TÉLÉPHONES. OFFREZ A VOS CLIENTS LE CHOIX D'INSCRIRE LEURS VOYAGES EUX-MÊMES DIRECTEMENT PAR INTERNET, ET BÉNÉFICIER D'UN CRÉDIT D'IMPÔT REMBOURSABLE ET MÊME DE SUBVENTIONS.



INFORMEZ VOUS DÉS AUJOURD'HUI, L'OFFRE EST DE DURÉE LIMITÉE

SOYEZ PARMIS LES PREMIERS A OFFRIR LES SERVICES ÉLECTRONIQUES QUE LES EXPÉDITEURS RÉCLAMENT.

PRENEZ DE L'AVANCE SUR VOS CONCURRENTS.

DEMANDEZ UNE DÉMONSTRATION DE NOTRE SAVOIR FAIRE. VOUS SEREZ SURPRIS DE VOIR COMME C'EST SIMPLE!



Logiciels pour le camionnage  
6400, 27 Avenue  
Montréal, Qc  
H1T 3J7

Téléphone : 1 877 60 MILLO  
Télécopie : 450 975 0917  
Messagerie : support@millogiciel.ca

LE MILLOGICIEL DU CAMIONNAGE mc

▶ **CRÉDIT D'IMPÔT  
REMBOURSABLE  
POUR LE  
COMMERCE  
ÉLECTRONIQUE.**



[www.millogiciel.ca](http://www.millogiciel.ca)

## EXEMPLE DE PROJET DONNANT DROIT AU CRÉDIT D'IMPÔT REMBOURSABLE. ET À UNE SUBVENTION SI UN TEL PRO- GRAMME EST DISPONIBLE DANS VO- TRE RÉGION.

### Introduction :

Les commandes parviennent toujours par téléphone et par télécopies. Les préposés ne peuvent traiter qu'une commande à la fois et cela occasionne des temps de réponse plus ou moins longs aux clients en attente. Plusieurs améliorations ont été apportées ces dernières années au service à la clientèle, mais il reste le fait que les commandes doivent être entrées dans l'ordinateur pour pouvoir être planifiées et exécutées. En outre, cette entrée des commandes comporte des omissions ou des erreurs de transcriptions, notamment sur les dates, qui causent une baisse de productivité des opérations de l'entreprise.

### Objectifs d'affaires :

Les objectifs d'affaires sont

- réduire le temps de traitement des commandes.
- augmenter la productivité du traitement des commandes en faisant saisir une bonne partie de l'information par le client lui-même.
- augmenter la qualité du traitement des commandes en éliminant les erreurs de transcription et en améliorant le suivi du traitement de la commande.
- améliorer le service à la clientèle en donnant en tout temps aux clients le statut de ses commandes.
- élargir le marché en permettant à plus de clients de passer des commandes de n'importe quel point du territoire Nord-Américain.
- fidéliser la clientèle en offrant à chacun des services personnalisés. Ceci est rendu possible par le fait que le client qui entre sa commande s'identifie au système informatique. Celui-ci le reconnaît et lui offre immédiatement des données de base qui correspondent à son profil

Pour répondre à ses objectifs d'affaires, le transporteur doit pouvoir faire entrer par ses clients, le plus grand nombre possible de commandes directement dans son système informatique. Le commerce électronique est la réponse privilégiée pour atteindre cet objectif.

### Stratégie d'affaires:

La stratégie d'affaires est d'implanter un bon de commande sur le site web du transporteur et d'implanter en même temps un état de traitement des commandes, afin qu'en retour d'avoir fourni l'effort d'entrer lui-même sa commande, le client ait accès à son statut.

### **Plan d'action**

#### Stratégie:

Ajouter au site web actuel, un portail interactif qui permet aux clients d'entrer leurs commandes et d'en connaître leurs statuts.

#### Actions:

##### 1. Choix des outils :

- Bon de commande, écran à concevoir bilingue (français, anglais), avec fenêtres d'aide.
- Liste des commandes et de leurs statuts.

##### 2. Organisation :

- Formation des préposés aux commandes (répartiteurs) pour valider le suivi des commandes.
- Procédure pour attribuer un compte de transaction à un client et un NIP.
- Procédure pour refuser une commande.
- Procédure pour accepter une commande (vérifications des dates de cueillette, de livraison, du territoire desservi, des équipements et des chauffeurs disponibles, du crédit du client, du poids maximum permis lors des périodes de dégel, etc.)
- Procédure de suivi lors de la vente d'un voyage.
- Formation des vendeurs pour proposer le nouveau service et répondre aux questions des clients sur le fonctionnement du service.
- Formation du personnel de maintenance et de soutien du site transactionnel.



### 3. Facteurs de succès :

- Ne nécessite pas d'investissements de la part du client.
- Technologie conviviale.
- Offrir un plus aux clients : le suivi de leurs voyages en temps réel.
- Éliminer le temps d'attente du client lors de la prise de commande.
- Lui afficher la confirmation que sa commande est reçue en lui affichant un numéro d'ordre qu'il peut imprimer. Ce numéro servira au suivi du voyage et sera celui de la facture qu'il recevra.
- Améliorer le service à la clientèle.
- Implantation progressive avec une clientèle choisie.
- Répondre aux besoins exprimés des clients.
- Offrir au client son profil, ses points d'origine et de destination habituels.
- Assister le client dans son entrée de commande en vérifiant les dates et heures de cueillette et de livraison par rapport aux heures d'ouverture des expéditeurs, au calendrier des jours fériés, aux données des voyages répétitifs.
- Rester à l'écoute des clients et s'ajuster aux nouvelles demandes & améliorations.

