

REPUBLIQUE DU SENEGAL



Un peuple-un but- une foi

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR, DE LA RECHERCHE ET DE L'INNOVATION

INSTITUT SUPERIEUR DES TRANSPORTS – MEMBRE DU GROUPE SUP DE CO DAKAR



Boulevard de l'Est rue 3 prolongée
Point E. BP : 21354 Dakar – Tel : 33 859
95 95 / 33 823 25 14 Fax : +221 33 860
52 02 www.supdeco.sn / ist@supdeco.sn



7, Avenue Faïdherbe – BP : 21354
Dakar – Sénégal – Tel : (+221) 33 849 69
19 Fax : +221 33 821 50 74
www.supdeco.sn / supdeco@supdeco.sn

THEME :

**ANALYSE DU SYSTEME DE TRACABILITE DES
COLIS DANS LES ENTREPRISES DE E-
COMMERCE : CAS DE JUMIA**

**Mémoire de fin d'études pour l'obtention du
Bachelor en Logistique et Transport**

Présenté par :

**Mlle Line Darla ANOMERAWANI
AGUELAYANI**

Sous la direction de :

**Dr. Elsie Velda ANGUEZOMO MEZUI
Enseignant-Chercheur à l'IST**

Année académique : 2021 – 2022

DEDICACES

Nous dédions ce travail à Madame Martine NKOMA qui croient en moi et ne cesse d'investir pour mon éducation, ma réussite scolaire, et surtout pour l'amour et l'affection qu'elle a toujours manifesté à mon égard.

REMERCIEMENTS

La réalisation de ce mémoire a été possible grâce au concours de plusieurs personnes à qui nous voudrions témoigner toute notre gratitude.

Nous remercions d'abord toute l'équipe pédagogique du groupe Sup de Co et le corps professoral responsable de ma formation, pour avoir assuré la partie théorique de celle-ci.

Nous voudrions aussi adresser toute notre reconnaissance au directeur de ce mémoire, Dr. Elsie ANGUEZOMO, pour sa patience, sa disponibilité et surtout ses judicieux conseils, qui ont contribué à alimenter ma réflexion.

Nous remercions M. Massamba et M. Boubacar responsable au niveau de l'entrepôt de Thiaroye pour leur patience et leur disponibilité.

De même, nous remercions nos très chers parents, Martine et André-Jules, qui ont été là pour moi. Mon compagnon M. Sylvain FOPPA, d'un grand soutien que nous remercions ainsi que mes sœurs Lysiane et Louise, et ma nièce Heaven pour les encouragements.

Aussi, nous remercions mes amies Sarah, Magaly, Tendresse, mon ami et frère Chrysostome, toute ma famille Jésus Sauve, ainsi que tous mes camarades.

Leurs soutiens inconditionnels et leurs encouragements ont été d'une grande aide.

À tous ses intervenants, nous présentons mes remerciements, mon respect et ma gratitude.

SOMMAIRE

DEDICACES	I
REMERCIEMENTS	II
SOMMAIRE	III
LISTE DES ABREVIATIONS	IV
LISTE DES FIGURES.....	V
FICHE SIGNALIETIQUE DE L'ENTREPRISE	VI
RESUME.....	VII
ABSTRACT	VIII
INTRODUCTION GENERALE.....	1
CHAPITRE I : CADRE DE L'ETUDE	3
Section 1 : Presentation de l'entreprise jumia.....	4
section 2 : Activites de l'entreprise	10
CHAPITRE II : CADRE ANALYTIQUE.....	16
Section 1 : Presentation et analyse des resultats	17
section 2 : Interpretations et recommandations.....	25
CONCLUSION	30
BIBLIOGRAPHIE	I
ANNEXES	II
TABLE DES MATIERES	45

LISTE DES ABREVIATIONS

AIG : Africa Internet Group

CCO : Chief Content Officer

CEO : Chief Executive Officer

HMT : Hub Management Tools

OMS : Order Management System

LISTE DES FIGURES

Figure 1 : Organigramme général de l'entreprise Jumia

Figure 2 : Etape de traitement de suivi de commande

Figure 3 : Etape de traitement d'une commande en Seller Center

Figure 4 : Schéma standard des étapes suivies par les colis

Figure 5 : Plateforme de Tracking utilisé par le client

Analyse du Système de traçabilité des colis dans les entreprises de e-commerce : Cas de Jumia

FICHE SIGNALIETIQUE DE L'ENTREPRISE

Nom de l'entreprise :	JUMIA
Date de création :	2012
Fondateur :	Jérémy Hodara, Sacha Poignonnec, Raphael Kofi Afaedor
Statut Juridique :	Société Anonyme avec appel public à l'épargne
Siège social :	Paris (France)
Actionnaires :	Rocket Internet, Milicom, MTN, Orange, Axa, Goldman Sachs, CDC Group
Secteur d'activité :	Secteur primaire
Activité :	Commerce en ligne
Effectif :	5 000 (2020)
Téléphone :	05 22 23 10 83
Dernier chiffre d'affaire :	103.54 milliards FCFA (2021) soit 178 milliard de dollars
Site web :	group.jumia.com

RESUME

Technique permettant de retrouver l'historique, l'utilisation et la composition de produits industriels ou alimentaires, la traçabilité emploie plusieurs mécanismes qui sont tout aussi utiles pour les entreprises physiques que pour les e-commerçants. C'est donc une technique primordiale à l'efficacité et à la performance d'une entreprise. Traiter du système de traçabilité d'une entreprise de e-commerce, notamment Jumia, permettrait de mieux comprendre l'appropriation de celle-ci, à cette technique quant à leurs objectifs de satisfaction des clients en des délais courts. Mais, aussi de confronter la réalité de cette entreprise aux mécanismes généraux de la traçabilité et déceler un problème et apporter quelques éléments de solution.

Néanmoins, le système de traçabilité des colis de Jumia, notamment du logiciel, est bien conçu mais constatons que des erreurs de traitement des colis sont visibles au moment des vérifications.

Plusieurs interrogations nous viennent et nous permettront de mieux intervenir dans cet aspect avec des analyses, et perspective de solution.

Mots clés : Traçabilité, e-commerce.

ABSTRACT

Traceability is a technique for tracing the history, use and composition of industrial or food products. It employs several mechanisms that are equally useful for physical companies and e-tailers. It is therefore an essential technique for the efficiency and performance of a company. Dealing with the traceability system of an e-commerce company, in particular Jumia, would allow a better understanding of its appropriation of this technique with regard to their objectives of customer satisfaction within a short time. But, also to confront the reality with this company with the general mechanisms of traceability and to detect a problem and bring some elements of solution.

Nevertheless, the system of traceability of the parcels of Jumia, in particular the software, is well conceived but let us note that errors of treatment of the parcels are visible at the time of the checks.

Several questions come to us and will allow us to better intervene in this aspect with analyses and solution perspectives.

Key words: Traceability, e-commerce.

INTRODUCTION GENERALE

Une entreprise regorge plusieurs finalités, celle de rester viable, d'assurer sa survie le plus longtemps possible sur le marché, d'être rentable en restant compétitif. Et, pour rester compétitif, les entreprises doivent adopter des méthodes qui montreront leur performance et leur fiabilité aux yeux de leurs clients. C'est à ces mêmes objectifs que les entreprises de e-commerce sont fixés, d'autant plus qu'ils proposent une nouvelle forme moderne de vente qui s'est développé avec l'évolution de la technologie. En pleine expansion, le e-commerce aujourd'hui afflue en un temps minime et est confronté à de nombreux challenges face à une demande abondante et diversifié des clients avec des contraintes de rapidité et de qualité. C'est dans l'optique de satisfaire leurs clients, que les entreprises de e-commerce mettent en place un système de traçabilité adéquat, leur permettant de suivre les produits tout au long de la chaîne et améliorer la productivité et l'efficacité de l'entreprise. La traçabilité est devenue un enjeu pour la sécurité du consommateur mais aussi pour la performance des entreprises. Et, la capacité de suivi et de gestion des rappels des produits permet de limiter les impacts de tout problème avéré.

Détenir un système de traçabilité fiable dans une entreprise de e-commerce serait un atout. Et le cadre de notre étude orienté vers l'entreprise de e-commerce Jumia, permettra d'avoir une analyse pratique de la situation. Notre travail s'inscrit dans une perspective d'amélioration du système de traçabilité de Jumia, avec des objectifs de comprendre les mécanismes du système de traçabilité des colis de Jumia, d'interroger les utilisateurs de ce système pour savoir à quel niveau se situe le blocage et proposer ainsi des points d'amélioration au niveau du logiciel ou du personnel formant ou apprenant. C'est toujours dans l'optique de créer un chemin à cette étude, que des objectifs sont fixés. Cependant, le système de traçabilité de l'entreprise Jumia présente certaines difficultés qui émanent de plusieurs causes.

Il est vrai que, l'efficacité d'une entreprise passe par des méthodes, des outils utilisés et par des stratégies adéquates. Et pour les entreprises de e-commerce, l'objectif est de satisfaire au mieux le client, dans des délais courts, et surtout d'améliorer sa relation client en gisant des profits. Ainsi, mettre en place un système de traçabilité leur permettant d'avoir en temps réel des informations sur, le mouvement des colis, des marchandises, et des produits serait avantageux pour l'e-commerçant. Le système doit être maîtrisé par le personnel et les actifs au déplacement des colis ou articles vers le client, comme c'est le cas de l'entreprise de e-commerce Jumia Sénégal. Toutefois, un constat s'est fait, celui que malgré la formation pointue

Analyse du Système de traçabilité des colis dans les entreprises de e-commerce : Cas de Jumia

donnée aux employés et aux partenaires de l'entreprise, un manque de maîtrise du logiciel HMT gérant la traçabilité des colis destinés au suivi du colis, est visible et empiète sur le traitement des colis à partir du logiciel. Ce constat suscite plusieurs interrogations qui s'enchainement afin d'avoir une vision plus limpide et explicite de la situation.

Partant de ce constat, comment éviterons-nous ses erreurs de traitement des colis au sein de l'entreprise de e-commerce Jumia ? Mieux encore, quels sont les facteurs explicatifs des erreurs de traitement de colis dans ce système de traçabilité ? Quelles seraient les causes de ce problème ? Et comment améliorer l'utilisation du logiciel de traitement et de suivi de colis ?

Afin de répondre à ce questionnement, nous présenterons d'abord le cadre de l'étude (l'entreprise) pour ensuite aboutir au cadre analytique de la situation (problème).

CHAPITRE I : CADRE DE L'ETUDE

Dans ce chapitre, nous retracerons le parcours de l'entreprise Jumia à travers son historique, ses missions, son organisation, son activité et les différents produits qu'elle propose.

Section 1 : Présentation de l'entreprise Jumia

1.1. Historique de l'entreprise

1.1.1. Présentation de Jumia

Jumia est une plateforme Panafricaine de commerce électronique fondé au Nigéria en 2012, le groupe panafricain Africa Internet Group (AIG) qui se promet comme un centre commercial en ligne. La plateforme de Jumia est une « Marketplace », qui met en relation des vendeurs et des acheteurs, en mettant à leur disposition un service logistique, permettant l'expédition et la livraison des colis en plus d'un service de paiement. Plus de 80 000 vendeurs proposent une large gamme de produits et de services à la demande.

Elle est présente dans 14 pays africains dont l'Algérie, le Maroc, la Tunisie, le Kenya, l'Egypte, l'Ouganda, le Sénégal, le Ghana, l'Afrique du Sud et la Côte d'Ivoire.

Ce site offre des produits dans un large éventail de catégorie, en particulier les appareils électroménagers et électroniques, la mode, les jouets pour enfants mais aussi des services tels des réservations d'hôtels ou d'avion, et la livraison de repas.

Plus de 5000 personnes travaillent directement avec Jumia, et presque 100 000 personnes indirectement sur le continent. Jumia (JMA-NYSE) est la 1^{ère} start-up africaine cotée à la bourse de New York depuis le 12 avril 2019.

1.1.2. Historique ¹

Jumia a été fondé en 2012 par le groupe panafricain Africa Internet Group. Ce groupe est détenu à plus de 20% par Rocket Internet, incubateur allemand ayant lancé des start-ups telles que Zalando. En novembre 2014, la start-up nigériane déclare avoir levé 120 millions d'euros, puis en mars 2016, Goldman Sachs, AXA et Orange investissent 326 millions de dollars pour continuer le développement de Jumia.

Le site permet le paiement en espèce de lors de la livraison, permettant un basculement progressif vers le paiement à distance. Au Maroc, ce type de paiement atteint ainsi 15% à la troisième commande sur le site en 2016. Au Cameroun, Jumia signe une convention de partenariat avec le compost, l'opération postal public du Cameroun qui possède un réseau de 234 bureaux de poste disséminés sur le territoire Cameroun et flotte de livraison.

Analyse du Système de traçabilité des colis dans les entreprises de e-commerce : Cas de Jumia

L'entreprise est incubée par la structure allemande Rocket Internet et n'a pas fait l'erreur d'opter pour une gestion centralisée depuis l'Europe. Seul un bureau demeure à Paris, mais tout est géré depuis Lagos, au Nigéria : 98% des 3000 salariés résident en Afrique.

Jumia mise sur une implantation large : Nous sommes présents dans 23 pays, soit 95% des pays dans lequel les consommateurs ont accès à internet. Nous évitons seulement les pays trop petits et ceux dont la situation politique s'avère trop compliquée, affirme Jeremy Hodara.

Les pays à forte population, tels que le Nigéria (20 millions d'habitants rien qu'à Lagos, sa ville la plus peuplée, mais aussi le pays d'Afrique qui comprend le plus d'internautes). L'Egypte, le Kenya, la Côte d'Ivoire et l'Afrique du Sud tient la croissance de Jumia : « une situation historique et qui ne va pas changer ». Ce qui n'empêche pas une croissance « très forte » en Tunisie, Algérie, Tanzanie, au Sénégal, Cameroun et Rwanda, que le dirigeant qualifie de deuxième vague.

- **En 2015** : les revenus de Jumia se montent à 134,6 million d'euros avec un chiffre d'affaires plus que double sur 2014, mais reste avec un Ebitda encore négatif à -111,3 millions d'euros. AIG connecte aujourd'hui l'ensemble de ses entreprises sous une seule marque, Jumia. Avec pour vision « Vous ouvrir de nombreux horizons », l'écosystème Jumia donne accès à l'ensemble des produits et services de ses référents. En 4 ans, Africa Internet Group, aujourd'hui Jumia, s'est imposé comme le n°1 du e-commerce en Afrique, en construisant et développant ses services, couvrant l'ensemble des secteurs de l'économie digitale et devenus leaders sur leurs marchés.
- **En Juin 2016** : Jumia devient la marque phare du groupe lors d'une opération de rebranding : Kaymu devient Jumia Market, Hellofood devient Jumia food, Vendito devient Jumia Deals, Lamudi devient Jumia House, Everjobs devient Jumia Jobs, Carmudi devient Jumia Car, AIGX devient Jumia Service.
- **En 2017** : Lancé au Nigéria, Jumia Pay, solution de paiement, assure déjà 40% des transactions quand, jusqu'ici l'essentiel des règlements se faisait en liquide.
- **En 2018** : Jumia connaît plus de 42% de croissance de son volume d'affaire. Le groupe est actif dans 14 pays africains couvrant 80% de la population ayant accès à internet en Afrique et devrait dépasser le milliard d'euros de volume d'affaires en **2019**. Son concurrent américain Amazon étant absent du marché, Jumia est surnommé parfois l'« *Amazone africain* » ou l'« *Alibaba africain* ». Jumia et Carrefour ont signé un partenariat global au mois de novembre 2018 pour vendre des produits Carrefour sur la plateforme Jumia.

- **En novembre et décembre 2019** : l'entreprise suspend ses activités de commerce en ligne au Cameroun puis en Tanzanie (sauf les petites annonces avec Julia Deals), et conclut un contrat de distribution avec Travelstart pour Jumia Travel.

« Nous nous sommes lancés dans cette aventure car nous sommes convaincus qu'internet peut transformer la vie des gens en Afrique. En unissant l'ensemble de nos services, nous serons à même de mieux répondre aux aspirations de nos clients. Nous rendons cela possible en mettant à leur disposition des sites et des applications conçu pour leur donner un accès facile à l'ensemble de nos produits et services et leurs garantissant une offre de qualité et au meilleur prix dans un cadre fiable et pratique », déclarant Sacha Poignonnes et Jeremy Hodara, fondateurs et Co-CEO de Jumia.

1.2. Organigramme et statut juridique de la société Jumia

1.2.1. Organigramme de l'entreprise Jumia

L'entreprise Jumia est dirigée par un Directeur général nommé **M. Mohamed Hapté Sow**.

1.2.1.1. Organigramme général

L'organisation de Jumia Sénégal comporte deux entités à savoir :

❖ *POLE DECISIONNEL*

Le Directeur General (CEO) : Il est responsable de la gestion et la bonne marche de l'entreprise. Il a pour mission de définir la stratégie de son entreprise et d'en assurer la mise en œuvre en définissant l'organisation et les objectifs à atteindre. Il est élu par le conseil d'administration.

Le Directeur General Adjoint (COO) : Il a sous sa responsabilité toutes les directions opérationnelles. Il s'assure de la bonne exécution de la stratégie et des procédures définies avec la direction générale et coordonne les services dont il a la charge. Il est également responsable des aspects techniques et commerciaux.

❖ *POLE EXECUTIF*

La Direction Marketing : Elle est responsable de la stratégie Marketing, de la réussite des plans marketing et de la position de l'entreprise sur ses marchés. Définit les axes stratégiques de développement des produits nouveaux et de gestion des produits existants (marketing innovation et marketing opérationnel), analyser le positionnement des concurrents, étudier le comportement des consommateurs.

Analyse du Système de traçabilité des colis dans les entreprises de e-commerce : Cas de Jumia

La Direction du Service Client : Elle est exclusivement réservée aux clients. Elle s'assure de leurs satisfactions et éventuellement disponible pour répondre à leurs attentes.

La Direction du Système d'information : Elle est chargée de concevoir un système d'information fiable, automatisé et sécurisé. Elle assure aussi la maintenance du système et la formation des utilisateurs.

La Direction financière et comptable : Elle a pour mission entre autres d'augmenter les disponibilités financières, de minimiser les charges, d'élaborer les budgets, de faire des projections et de tenir les comptabilités financières et budgétaires. Elle collabore étroitement avec la direction générale de l'entreprise pour le développement stratégique et financier.

La Direction des Ressources Humaines : Elle a pour mission les ressources et de mener la politique sociale de l'entreprise : système de rémunérations construction de logements, formations, loisirs... Elle doit aussi favoriser l'amélioration des conditions de travail et promouvoir l'émergence d'un climat serein dans les relations professionnelles et sociales.

La Direction Logistique : Elle conçoit et organise la circulation des produits depuis la réception jusqu'à la livraison auprès du client final. En contact permanent avec les commerciaux, la direction et les transporteurs, son rôle est de recevoir, de stocker et d'expédier. Dans un souci constant d'optimisation du rapport qualité-service-cout, il intègre les impératifs du marketing, des ventes et des finances et propose une stratégie globale de stockage, de transport et de qualité de service.

La Direction HSE : Elle conseille et assiste la direction de l'entreprise pour l'évaluation des risques et la définition de la politique de sécurité, d'hygiène, et de respect de l'environnement. Elle veille à réduire l'impact de l'activité industrielle sur l'environnement, les nuisances.

La Direction des Ventes : En lien direct avec la direction général, elle participe à l'élaboration de la politique commerciale de l'entreprise. Son rôle consiste à l'appliquer sur le terrain. Elle est responsable de la mise en œuvre et de l'opérationnalisation des moyens permettant d'atteindre les objectifs commerciaux dans le secteur géographique qui lui est attribués. Pour ce faire, elle motive, gère et anime les équipes. Elle assure le suivi des opérations de vente et propose des réajustements afin d'optimiser le chiffre d'affaires.

1.2.1.2. Organigramme des acteurs ou services concerné par la traçabilité des colis (schéma voir annexe 1)

Toujours en harmonie avec le directeur générale (CEO), les services principalement concerné sont :

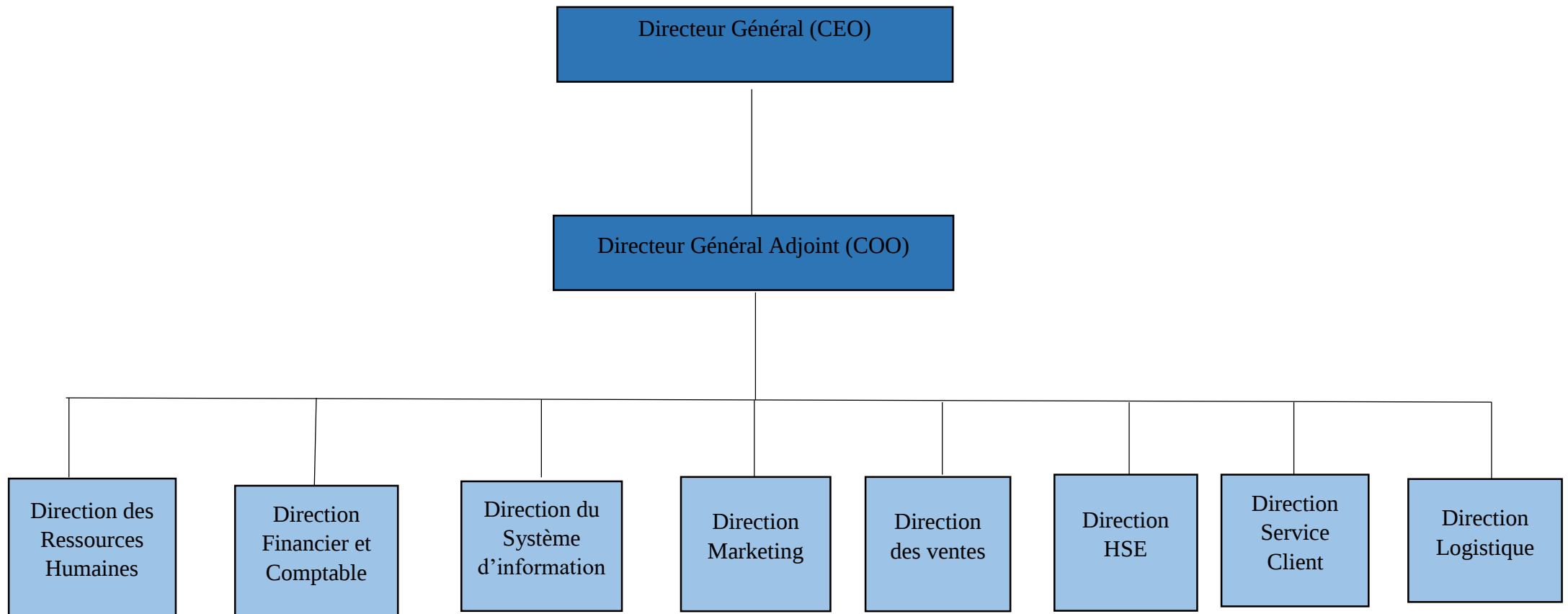
Js Country Manager : Il pour principale responsabilité de développer et de piloter le bras logistique de Jumia, sur le marché à travers des actions opérationnelles et stratégique, de construire et de gérer directement l'équipe opérationnelle.

Head of fulfillment (*chef de l'exécution des commandes*) : il est chargé de développer et d'exécuter les opérations quotidiennes d'exécution des commandes de l'entreprise.

Head of Logistics (*Chef de la logistique*) : Son rôle est de coordonner, organiser et optimiser les flux de marchandise et de gestion de stocks.

Head of Operational Excellence (*Chef des opérations*) : superviserez la normalisation des processus, créez des métriques de reporting, activez les systèmes et améliorerez l'efficacité globale de l'entrepôt, des fournisseurs et de la logistique pour Jumia Services.

Figure 1 : Organigramme général de l'entreprise Jumia



1.2.2. Statut Juridique de l'entreprise Jumia

Jumia est une société anonyme (SA) au capital de deux millions (2.000.000), constituée en vertu de la loi et immatriculée au registre du commerce et du crédit mobilier de Dakar sous le numéro SN DKR 2013 B 4473, attributaire du d'identification nationale des entreprises et association 4763349 2Y2, ayant son siège social à Ngor Virage, Lot 72, Dakar (Sénégal), exploitant sous le nom commercial « JUMIA », représentée par Monsieur Mohamed Hapte SOW, fondé de pouvoirs des cogérants Messieurs Sacha Paul POIGNONNEC et Jeremy HODARA ;

Avant Jumia Sénégal, en 2012 nous avions Kaymou appartenant aux mêmes personnes et c'est en Avril 2015 que Kaymou devient Jumia Sénégal, là c'est juste qui fut changé et des innovations ont été apportée.

1.3.Missions et objectifs de la société de JUMIA

1.3.1. Missions de l'entreprise

Toute entreprise afin d'être performante, doit pouvoir définir des missions ou objectifs. C'est le cas de l'entreprise JUMIA qui a pour mission principale :

- Assurer les coûts et les délais (c'est-à-dire vendre à un prix raisonnable pour fidéliser les clients ainsi que livrer le produit en temps réel).
- Viser à améliorer le quotidien sur le continent africain en utilisant la technologie comme moyen de fournir des produits et services innovants, utiles et abordables aux consommateurs, tout en aidant de nombreuses entreprises à atteindre ces derniers et croître via nos différentes plateformes.
- Elles regroupent plusieurs plateformes, afin que les consommateurs puissent accéder à un large éventail de produits et de services, physiques et digitaux : mode, électronique, beauté mais réservation d'hôtels, de vols, ou livraison de restaurants.

1.3.2. L'objectif de l'entreprise

La nouvelle vision de Jumia (EYH), exprime l'ambition du groupe de transformer la vie des gens en surmontant les défis technologique et d'offrir à tous Africains la possibilité d'accéder à des services et des produits de grande qualité quel soit l'endroit où ils se trouvent. Jumia Sénégal et la poste soit exploitée par Jumia afin de rendre accessible la vente ligne partout au Sénégal.

Jumia, le site de e-commerce N°1 au Sénégal a été créé en mai 2012 avec l'objectif et la vision de devenir le guichet unique pour la vente en ligne en Afrique avec la mise en œuvre des meilleures pratiques en ligne et hors ligne. Jumia est le site avec le plus grand assortiment au Sénégal et livre dans plusieurs villes du Sénégal. Jumia a mis en place la première académie de e-commerce au Sénégal pour permettre aux jeunes entrepreneurs de développer leurs compétences.

Section 2 : Activités de l'entreprise

2.1. Les activités de l'entreprise de Jumia

2.1.1. Présentation de l'activité

L'activité principale de Jumia c'est la vente de marchandise en ligne. Pour cela, Jumia propose une large gamme de produit, et les consommateurs (clients) trouveront ainsi tout ce dont ils peuvent avoir besoin dans leur quotidien avec des modalités de paiement adaptées aux réalités locales. Cette diversification de produit peuvent se retrouver dans l'alimentaire, l'électronique, l'électroménager, la santé et la beauté, le supermarché, la maison et bureau,...

L'entreprise détient un entrepôt de 4000 m² à **Thiaroye** et dispose de plusieurs Point de relais et pick-up station (PUS) à Dakar et dans des régions. Des partenariats ont été signé avec les entreprises *Vivo Energy (Shell)* et *Oilibya*, ces stations abritent leur PUS, à titre d'exemple nous pouvons citer celui de *Shell Soprim* et un autre à *Oilibya Mermoz*.

2.1.2. Service de livraison

Ayant une boutique virtuelle avec des articles en entrepôt (stock), Jumia offre un service de livraison propre à l'entreprise. Suite à une commande passer par le client reçu de Jumia, l'entreprise livre le colis en fonction des modalités et coordonnées du client. Jumia dispose ainsi de *deux modes de livraison* à savoir :

Analyse du Système de traçabilité des colis dans les entreprises de e-commerce : Cas de Jumia

- *Livraison à domicile* : cela consiste à effectuer une livraison au domicile du client. Dans le client dispose de plusieurs offres telles que la *livraison standard* (Articles fournis par des partenaires sur la plateforme Jumia).

Figure 2 : Livraison à domicile



Source ; https://www.jumia.sn/sp-_sandbox_BF19/

- *Livraison au point de vente (hors domicile)* : La livraison au point de vente (point de relais) consiste à livrer les colis chez un commerçant où il travaille au travers d'un transporteur.

Figure 3 : Livraison dans les points de relais



Source : <https://www.jumia.sn/sp-agences-jumia/>

2.2. Les produits et services de Jumia

Jumia est un véritable hypermarché en ligne et commercialise des produits et services dans tous les secteurs.

2.2.1. Les produits de Jumia

Le site internet est ainsi divisé en sections, chacune contenant des dizaines de milliers d'articles regroupés par catégorie notamment :

Analyse du Système de traçabilité des colis dans les entreprises de e-commerce : Cas de Jumia

SECTIONS	PRINCIPES
Jumia Market	Espace proposant des produits quotidiens notamment des marques favorites parmi les catégories suivantes : <i>tablettes et téléphones, électronique, équipement Ménager, informatique, mode, produits pour bébé, article de sport, jardin et plein air, voiture, etc.</i>
Jumia Mall	Sélection de marques internationales et nationales de renommée, de marques en ligne les mieux notées, et de distributeurs de marques autorisés. Il propose une vingtaine de marques comme l'Oréal, Samsung, Osanis, Topicrem, Moulinex, Carrefour, Huawei, Infinix, et bien d'autres, dans le but de donner accès à la clientèle à une sélection de grandes marques.
Jumia Global	Site permettant à des vendeurs du monde entier de vendre sur la plateforme d'e-commerce. Et au client de faire des achats parmi plusieurs produits en provenance de l'étranger et livrés à domicile.
Jumia Deals	Site de petites annonces gratuites pour faire de bonnes affaires en tant que vendeur ou acheteur avec Jumia car ou Jumia house.
Jumia Food	Site de commande de repas en ligne le plus efficace au Sénégal.
Jumia Advertising	Service publicitaire qui permet aux entreprises et annonceurs de communiquer sur toutes les plateformes du groupe. Cela pour les aider à trouver, attirer et fidéliser des millions de clients Jumia à chaque étape de leur parcours d'achat.
Jumia Ads	Service permettant aux vendeurs d'augmenter leurs visibilités avec le sponsoring de leur produit.
Jumia Prime	Offre de livraison gratuite sur toutes les commandes Jumia et toutes les commandes Jumia Food. Les membres bénéficient de réductions supplémentaires et d'offres exclusives.

Analyse du Système de traçabilité des colis dans les entreprises de e-commerce : Cas de Jumia

Jumia Travel	Agence panafricaine de voyage en ligne permettant d'effectuer des réservations d'hôtels, de billets d'avion et de séjours en ligne à travers le continent africain.
Jumia Express	Service de stockage des articles des vendeurs dans les entrepôts de Jumia afin d'assurer une livraison rapide et gratuite vers les clients.
Jumia Studio (Prod)	Service aidant à réaliser pour leurs clients (vendeur) des photos commerciales, des packshot de produit, des retouches de photographie.

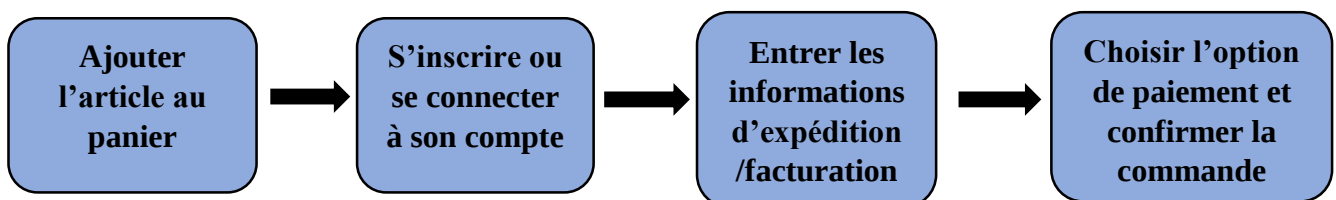
2.2.1.2- Les sous-services

Pour les sous-services de Jumia, nous avons :

a- Le service client

Il s'agit d'un centre d'assistance ou centre d'appel pour les clients concernant leur réclamation, suivi de commandes etc.

Figure 4 : Etape de traitement de suivi de commande

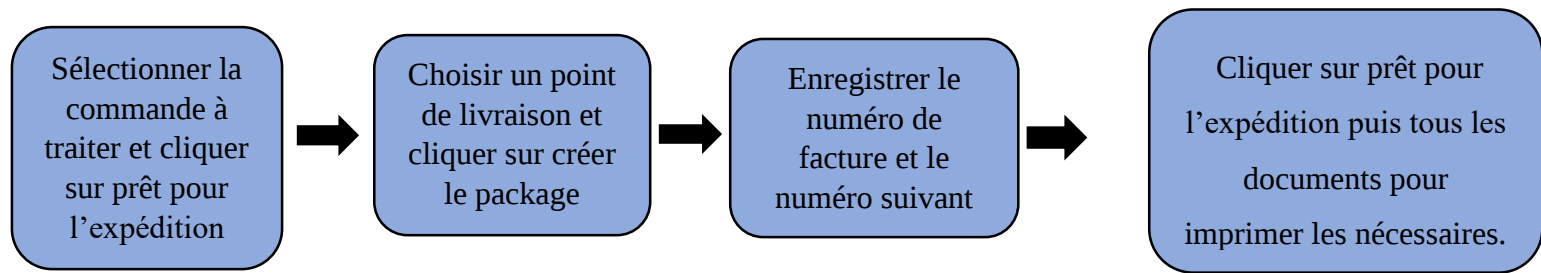


Source : Conception personnelle

b- Le seller Center

Le seller center est une aide pour les vendeurs, ce site leur propose plusieurs services, allant de la formation, à la livraison en express en passant par le boostage des articles, une vraie destination pour aider les vendeurs sur Jumia à devenir des experts en E-commerce. Plateforme mise en place pour permettre aux vendeurs inscrits de gérer leurs assortiment et commandes.

Figure 5 : Etape de traitement d'une commande en Seller Center



Source : Conception personnelle

2.3. Environnement Micro-économique de l'entreprise Jumia

Présenter l'environnement micro-économique de l'entreprise Jumia revient à parler de la clientèle, des concurrents, des fournisseurs et partenaires de celle-ci.

2.3.1. Les clients et les concurrents de Jumia

2.3.1.1. Les clients

La plateforme de Jumia est un marché en ligne qui met en relation des vendeurs et des acheteurs, en mettant à leur disposition un service logistique, permettant l'expédition et la livraison des colis en plus d'un service de paiement. L'entreprise travaille en B to C (business to customer qui signifie de l'entreprise vers le client) mais aussi en B to B (business to business c'est-à-dire de l'entreprise à l'entreprise) à travers une chaîne logistique performante. Les produits Jumia sont diversifiés, classés par catégorie afin de satisfaire les besoins de leurs clients qui pour ainsi dire sont très nombreux.

2.3.1.2. Les concurrents

Le e-commerce est en pleine ébullition au Sénégal grâce l'arrivée de l'internet. C'est en effet, cette innovation qui a entraîné une flambée d'utilisateur d'internet au Sénégal avec en 2021 un taux de pénétration de 46%, un nombre total d'utilisateur de 7,81 millions d'après le *Noisydigital*.² Avec de telle donnée, il est naturel que les sites e-commerce continuent de prospérer. Mais, Jumia a plusieurs concurrents dans le secteur notamment : Expat-dakar (petites annonces), Afribaba (Petites annonces), Afrimarket (généraliste), Sakanal (alimentaire), Discount Sénégal,...

2.3.2. Les fournisseurs et les partenaires

2.3.2.1. Les fournisseurs

Jumia permet aux entreprises (vendeurs) de créer une boutique sur leur plateforme et ainsi proposer leurs produits et services sur le site. De même, elle se ravitaillera avec les entreprises partenaires. Aussi, pour améliorer sa performance, Jumia s'est tournée vers des fournisseurs chinois.

2.3.2.1 Les partenaires ³

² : <https://noisydigital.com/les-chiffres-du-numerique-en-2021-au-senegal/> ,

produit. Il s'agit de :

- ❖ Groupe KIRENE (eau minérale, jus de fruit, boissons gazeuses, lait UHT,...)
- ❖ MILKANA (yaourt)
- ❖ SOSAGRIN (bocal de moutarde, purée de piment, sauce verte,...)
- ❖ DECATHLON (articles sport)
- ❖ TOPICREM
- ❖ TECNO
- ❖ INFINIX
- ❖ SMART
- ❖ SAMSUNG
- ❖ Hisense

CHAPITRE II : CADRE ANALYTIQUE

Ce chapitre sera présenté en deux sections en commençant par la présentation et l'analyse des résultats pour finir avec l'interprétation et la recommandation suite à nos recherches effectuées sur le terrain.

Section 1 : Présentation et Analyse des résultats

1.1. Présentation du modèle du système de Jumia et de la situation

1.1.1. Présentation du modèle du système de Jumia

Appelé l' « amazone d'Afrique », Jumia est une entreprise de e-commerce qui propose une variété d'articles disponible sur leur plateforme et nous ferons une présentation synthétique de la traçabilité pour aboutir à celle de Jumia.

1.1.1.1. Présentation de la Traçabilité

La traçabilité est définie par la norme **NF EN ISO 8402** comme « l'aptitude à retrouver l'historique, l'utilisation ou la localisation d'une entité au moyen d'identifications enregistrées ». Elle a pour principale objectif : le contrôle et le suivi des stocks, la diminution des erreurs humaines, le suivi des commandes jusqu'à la réception de la marchandise, la satisfaction des clients ou des partenaires, le respect d'une réglementation très stricte, la réduction des coûts, l'amélioration de la qualité des services. De plus, plusieurs technologies ont été développées pour améliorer la traçabilité dont les marquages, jet d'encre thermique, l'étiquetage Code-barres, l'étiquetage RFID, mais aussi des logiciels performants. Toutes les entreprises sont concernées par la traçabilité, même hors des secteurs réglementés. La traçabilité trouve des applications utiles et pertinentes dans des domaines d'activité où elle est peu ou pas utilisée. Dans les domaines où elle n'est pas appliquée, elle peut offrir une source de différenciation concurrentielle.

1.1.1.2. Présentation de la traçabilité de Jumia

Jumia, afin de faire un modèle unique de leur méthode et organisation dans l'efficacité de leurs différents services, Jumia, à créer un système de traçabilité des colis appelé **HMT** et un système de traçabilité des articles appelé **OMS**. On aura alors :

- **OMS** (Order Management System) : ce système qui s'occupe du tracing des produits et articles, le positionnement de chaque produit dans la zone de stockages, mais permet aussi de faire la gestion des stocks dans les entrepôts. La commande passée arrive d'abord automatiquement sur le système **OMS** avec un numéro de commande qui permet aux équipes d'aller identifier les *articles* et enfin de les placer dans un packaging. Et c'est à ce moment qu'intervient le système **HMT**.

- **HMT** (Hub Management Tools) est un système de traçabilité de Jumia permettant de faire le tracking⁴ des colis en mouvement et de connaître les étapes suivies par le colis ou la commande jusqu'à son lieu de destination final.

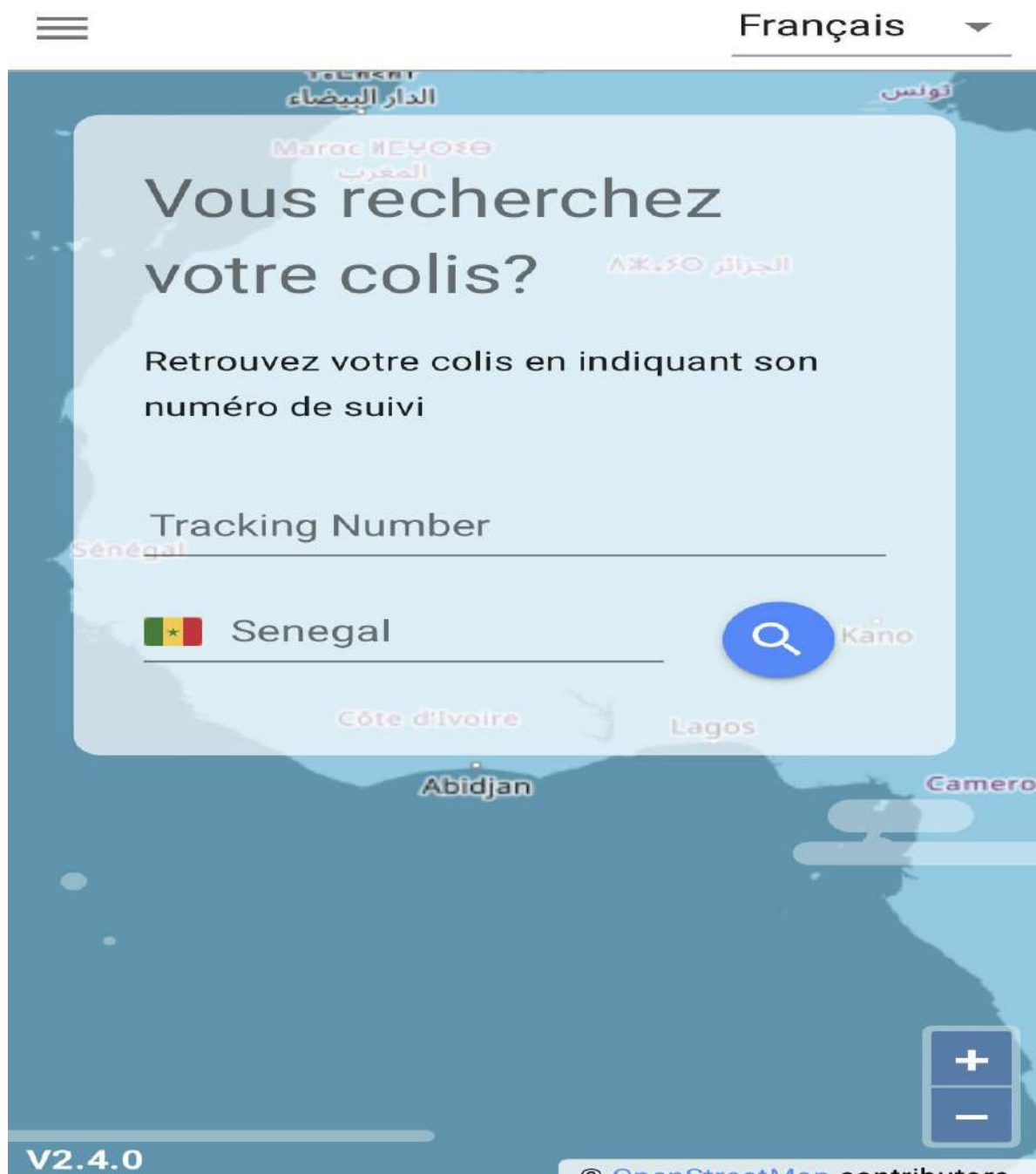
Figure 6: Schéma standard des étapes suivies par les colis



Source : <https://www.mecalux.fr/blog/tracabilite-produits-logique>

Chez Jumia, il faut savoir que le colis passe par différents hub, notamment, le *first mile* aussi appelé *VDO*, le *centre tri* et le *last mile* tout en respectant la figure 4. Le *first mile* fait référence à la zone de dépôt et de stockages des articles proposés par les vendeurs (la réception des articles commandés) ou commerçants sur le site de vente de Jumia. Le *centre de tri* ou *hub tri* est le lieu dispatching des colis et de préparation des colis pour la livraison et le *last mile* est le point de fin du colis renvoyant à la zone de livraison ou encore au point de relai en fonction du choix du client. Néanmoins, tout débute avec la commande faite sur la plateforme par le client, cette commande est un lot d'article choisi par le client et toutes les informations sur les modalités sont retranscrites automatiquement sur le système **HMT**. Toutes ses étapes sont décrites sur le logiciel, mais se concrétisent par un transfert de responsabilité au niveau de chaque hub qui doit faire des mentions sur le système. Ainsi, chaque commande est composée d'un numéro de commande et d'un numéro de suivi, ce qui permet non seulement au client de suivre le colis en temps réel, mais aussi au personnel. Le client ainsi que le fournisseur à cette possibilité de suivre et localisé son colis.

Figure 7 : Plateforme de Tracking utilisé par le client



Source : <https://packagetracker-services.jumia.com>

Cependant, autour de ses logiciels l'utilisation d'étiquettes code-barres et scan sont utilisés afin de permettre la transmission de ses informations pour traitement.

1.1.2. Présentation de la situation

Après une étude de terrain, nous avons décelé un problème, celui des erreurs de traitement des colis souvent noté, résultante de plusieurs facteurs explicatifs et de plusieurs causes. Ainsi, les éléments qui immanent de la question centrale de notre étude peuvent être développés par les réponses au guide d'entretien soumis au personnel actif de l'entreprise Jumia. Nous avons posé des questions et nous les avons clairement explicités. Tout cela étant dans le seul but de proposer des axes de solution afin **d'éviter les erreurs de traitement de colis** observé. Les personnes concernées dans cette étude sont les opérateurs, la logistique et les chefs des opérations qui ont pu participer à cette enquête qualitative sont au nombre de quatre (4) notamment le Order Processing Manager, le Sorting Center Management et le Head of Operational Excellence. Nous avons classé les données à traiter par famille, notamment :

1. **Méthodes** : Problème d'anticipation sur les éventuelles situations déjà survenu, process non adapté pas adapté à tous les environnements.
2. **Matériel** : Système HMT en Anglais
3. **Matières** : Aucun problème n'a été soulevé par rapport aux matières.
4. **Milieu** : Aucun problème n'a été soumis.
5. **Main d'œuvre/ Personnel** : Manque de concentration et d'inattention, non maîtrise de l'anglais, difficulté dans la manipulation du système, négligence lors du traitement.

1.2. Analyse des résultats

Le principal problème de notre étude est les erreurs de traitement des colis.

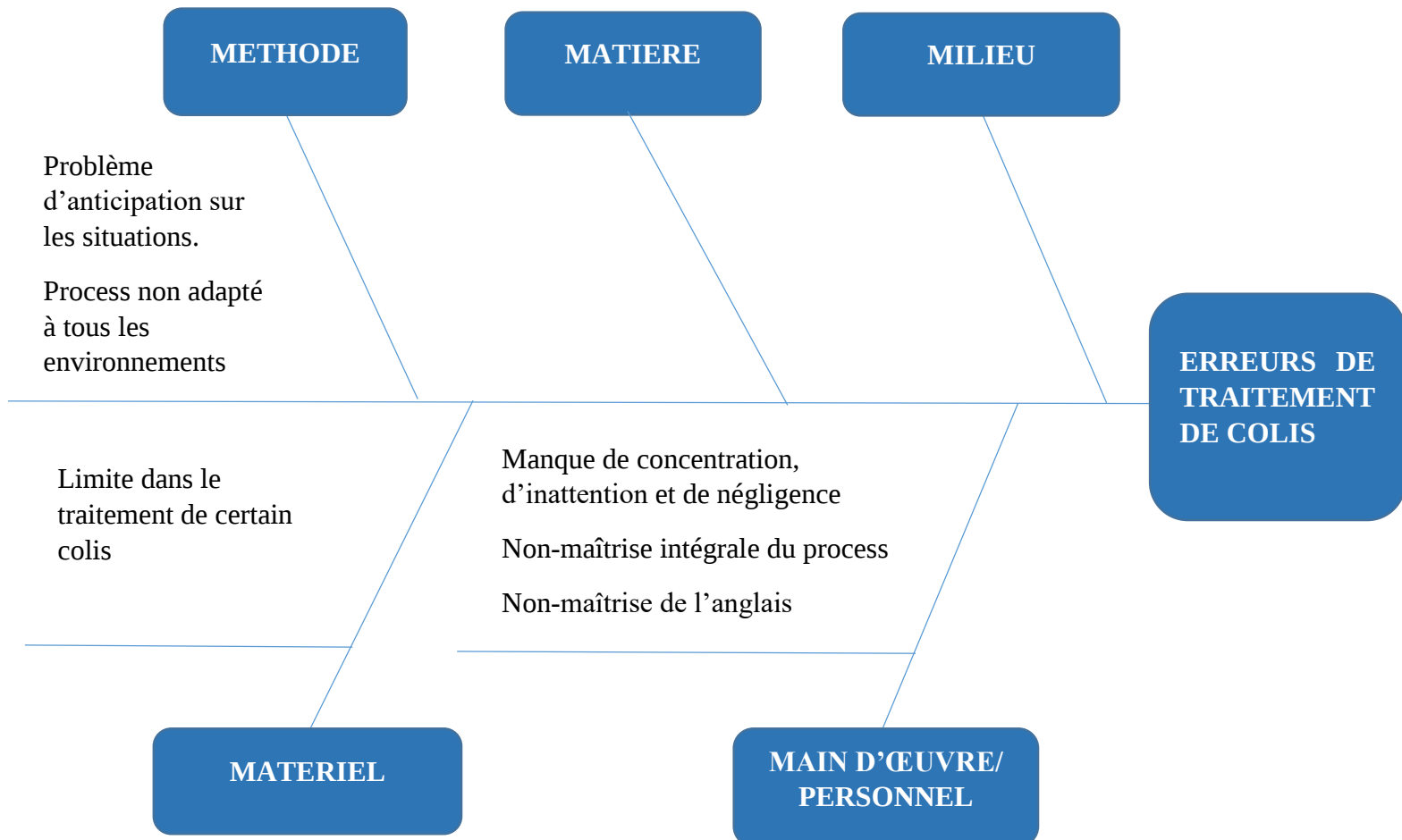
Pour l'analyse des résultats, nous utiliserons deux outils d'analyse notamment *le diagramme d'Ishikawa* et *l'Analyse Swot*

1.2.1. Diagramme d'Ishikawa

C'est grâce aux résultats de notre guide d'entretien que nous avons pu classées les différentes causes par famille dans les **cinq (5) M**, notamment : **Méthode, Matériel, Matière, Main d' et Milieu.**

Le principe du diagramme de **Karou Ishikawa**, encore appelé diagramme des causes à effets ou diagramme en arête de poisson, est de mettre en évidence les différentes causes d'un problème pour nous permettre de solutionner l'effet qui est la situation d'erreur de traitement des colis. Ainsi, nous obtiendrons un diagramme présentons les causes d'après notre étude des erreurs de traitement de colis.

DIAGRAMME D'ISHIKAWA



Analyse du Système de traçabilité des colis dans les entreprises de e-commerce : Cas de Jumia

1.2.2. L'analyse swot de Jumia

FORCES	FAIBLESSES
• Leader du marché du e-commerce au Sénégal ; • Réseau logistique fiable ; • Logiciel de suivi de colis performant ; • Outil de traitement optimisé et facile à l'utilisation ; • Paiement en espèce à la livraison.	• Délai de livraison trop long et pas toujours respecté • Fournisseur peu fiable • Contrôle qualité pas assez stricte • Personnel peu formé
OPPORTUNITES	MENACES
• Développement du secteur de la consommation au Sénégal • La croissance d'internet et des outils informatiques au Sénégal • Développement du drop shipping	• L'impossibilité au client de tester le produit avant l'achat • Entrée de nouveaux concurrents sur le marché

1.2.2.1. Les forces de l'entreprise Jumia

Une entreprise dispose de plusieurs atouts qui sont un moyen pour celle-ci de se démarquer sur le marché, comme c'est le cas de Jumia. Mais, ce qui fait avant tout la force de l'entreprise est qu'elle a le monopole du marché du e-commerce étant l'un des précurseurs du e-commerce au Sénégal et par la diversification de ses produits qui font d'eux toujours numéro un dans ce secteur.

La force de Jumia se traduit aussi par son réseau logistique fiable faisant référence à toutes les opérations successives de transports, de manutentions, de stockages intermédiaire pour assurer l'acheminement des colis jusqu'au client. Il joue un rôle important et contribue beaucoup à

Analyse du Système de traçabilité des colis dans les entreprises de e-commerce : Cas de Jumia

l'efficacité et à la rapidité de l'entreprise sur le traitement des colis des clients et sur les livraisons de celle-ci.

De même, Jumia est l'entreprise qui ouvre le champ sur le e-commerce possédant ainsi dans son panier d'avantage des logiciels de suivis de colis performant et des outils de traitements optimisé et facile à l'utilisation qui participe à l'évolution de l'entreprise et se traduisant par le maintien de sa place de leader face à ses concurrents. Des modes de paiements simple et pratique pur client.

Il est vrai que l'entreprise se fait une renommée au Sénégal, il n'en demeure pas moins qu'il y'ait des limites qui handicapent le bon fonctionnement des activités de l'entreprise.

1.2.2.2. Les faiblesses de l'entreprise Jumia

Dans un environnement compétitif, les entreprises sont conduites à être les plus performantes mais celles-ci font faces quelques inconvénients considérés comme des faiblesses.

La principale faiblesse de l'entreprise est le personnel. En effet, le personnel présente un handicap sur la productivité de l'entreprise par son manque de maîtrise du matériel et logiciel de traitement de colis et des outils de suivis des commandes.

Aussi, l'entreprise étant actif dans le drop shipping traite avec des fournisseurs qui ne sont pas évalués, manquant ainsi de fiabilité qui se traduit souvent par la différence entre le produit proposé sur le site et le produit livré. Ainsi, nous constatons un manque de contrôle qualité des produits entrants dans les entrepôts Jumia au travers de ses délais courts attribués aux fournisseurs (*soit une durée de 72 heures dès que le client lance une commande*).

Mais encore, l'entreprise fait face à d'autres handicap notamment le respect des délais de livraison trop long qui peuvent avoir une incidence grave sur les activités de l'entreprise.

L'entreprise évolue dans un environnement qui lui offre des opportunités pour une amélioration durable.

1.2.2.3. Les opportunités de l'entreprise Jumia

L'environnement dans lequel l'entreprise offre diverses opportunités de développement. Il faut souligner que le Sénégal prend un chemin plutôt axé sur le numérique pour se développer et donc nous assistons à une croissance plutôt rapide de l'internet et des outils technologique au Sénégal. Cela ouvrant beaucoup de porte vers la consommation rapide des sénégalaise et l'avènement du drop shipping. Ce qui est tout à l'avantage de l'entreprise se traduisant en opportunité à se développer leurs activités.

Bien qu'il y'ait autant d'opportunités qui s'offre à Jumia, il existe néanmoins des menaces qui vont à l'encontre de la productivité de l'entreprise.

1.2.2.4. Les menaces de l'entreprise Jumia

La majeure menace de Jumia mais aussi de toutes les entreprises de e-commerce est cette capacité au client de tester le produit avant de le commander. Cette contrainte est telle que le produit présenté sur le site de e-commerce en image parfaitement traité ne convainc pas toujours le client. Ce client habitué à acheter ses articles au niveau de point de vente avec cette possibilité d'en juger par tous ses sens avant de l'acheter.

Par ailleurs, Jumia fait face une entrée massive de concurrent avec des méthodes de ventes et des propositions tout aussi différentes de la leurs. Une situation tout aussi problématique pouvant mener l'entreprise à perdre sa place de leader.

Section 2 : Interprétations et Recommandations

Dans cette section, il sera question d'interpréter les résultats de notre étude qui a été menée et de formuler des recommandations en vue de donner des solutions suites à notre problème.

2.1. Interprétations des résultats

Il ressort de notre analyse des résultats que la méthode avec le souci d'anticipation, le matériel avec la langue du système, la limitation de celui dans le traitement de certains colis et la main d'œuvre notamment le manque de concentration, la négligence, l'inattention, la non-maîtrise du process, la non-maîtrise de l'anglais sont les facteurs importants qui reviennent dans notre étude. De même, que les différents aspects ressortissant de notre analyse swot.

2.1.1. Le diagramme d'Ishikawa

2.1.1.1. La Méthode

La méthode, la stratégie est le point de départ pour qu'une entreprise soit performante. Elle est cette guide qui conduit l'entreprise dans les démarches à suivre ainsi qu'à anticiper sur les menaces pouvant altérer au bon fonctionnement de l'activité de l'entreprise. La collecte de données faisant ressortir les éléments tels que le problème d'anticipation sur les situations, et la limitation du process dans certains environnements, nous emmène à saisir qu'il y a quelques failles qui ont une incidence sur le bon fonctionnement de traitement. Une méthode bien définie serait un moteur dans le processus et diminuerait les erreurs.

2.1.1.2. Le matériel

Les matériaux utilisés sont de qualité mais, présentent un point qui n'est pas en adéquation avec la majorité du personnel pouvant porter préjudice au résultat de travail, le système complètement en anglais ce qui ne facilite pas la compréhension. En effet, le système (HMT) conçu par Jumia n'est pas en mesure de traiter tout type de colis, ce qui limite son champ de traitement et son efficacité.

2.1.1.3. La main d'œuvre

Le personnel fait face à plusieurs contrainte qui ont un impact sur le traitement des colis notamment la concentration, la négligence, la non-maîtrise du process, difficulté dans la manipulation du logiciel HMT. Tous ses facteurs ne sont pas favorables à l'entreprise en termes d'efficacité et conduisent l'entreprise à perdre en crédibilité, en efficacité et n'entrent pas en adéquation avec l'objectif d'optimisation par la minimisation des erreurs humaines. Le

Analyse du Système de traçabilité des colis dans les entreprises de e-commerce : Cas de Jumia

personnel est un atout majeur au bon fonctionnement de l'entreprise et du processus, car le colis est sujet à ce transfert de responsabilité lors de son déplacement par les différents acteurs.

Toutes ses causes ont une incidence sur le traitement des colis et nous pouvons ainsi constater des conséquences comme :

- ✓ La perte de colis (colis disparu)
- ✓ Les colis endommagé ou mal emballé
- ✓ Des écarts entre les données de traitement inscrit sur le système et le traitement des données physiques
- ✓ Les délais de livraison non respectée
- ✓ Des échanges de factures mentionnés sur le colis
- ✓ Coûts plus élevée
- ✓ Ralentissement dans le travail
- ✓ Retour négatif des clients

Les objectifs de la traçabilité énumérée précédemment, ne sont pas entièrement respectés dans le processus et l'accent est plus centré sur le personnel présent au niveau de chaque étape.

2.1.2L'analyse swot de Jumia

L'entreprise Jumia, est une entreprise de e-commerce basée au Sénégal avec un bon nombre d'atouts, de forces, de faiblesse etc.

2.1.2.1. Les forces et les faiblesses de Jumia

L'efficacité de l'entreprise Jumia se laisse percevoir par plusieurs points. Pour commencer, Jumia, numéro un (1) sur le marché Sénégalais du e-commerce propose à sa clientèle une pluralité de produits, d'articles de différentes catégories ce qui leur permet de toucher un grand nombre de personne et d'élargir leur cible. Pour maintenir sa place de leader, l'entreprise fait ressortir tous ses atouts en s'impliquant au maximum sur différents points notamment la logistique, les logiciels performant. Tout cela en jouant sur la complexité de faciliter les achats du client par un mode de paiement fiable et pratique pour lui.

Toutefois, nous constatons que la fiabilité des fournisseurs a une incidence sur le respect des commandes faites par le client. La commande lancé par le client, apporté en entrepôt par le fournisseur prend beaucoup de temps et les délais ne sont pas respecté : *l'entreprise perd en crédibilité.*

Il en va de même que pour les produits (articles), pas assez contrôlé par le personnel de l'entreprise manquant de qualification pour les différents postes de la chaine.

Tout cela ayant un fort impact sur les délais de livraison mentionné sur le site internet, pas respecté et long. Ce manque de professionnalisme est ressenti par le client qui renvoi un retour négatif et fait ressortir des failles du management de l'entreprise.

2.1.2.2. Les opportunités et les menaces de Jumia

Au Sénégal, l'internet et l'utilisation des outils informatique (ordinateur, téléphone, etc.) connaît une explosion forte. Une ouverture et une opportunité à saisir pour toute entreprise de e-commerce ouvrant ainsi les portes au développement du secteur de la consommation dans le pays. Ce développement est un moyen pour l'entreprise Jumia de se développer et de maintenir sa place de leader.

De cette croissance ressort le concept du drop shipping qui se développe de plus en plus au Sénégal. Aussi, quand on est e-commerçant, la seule ambition est de vendre ses produits. Le cœur de métier de Jumia est la vente et avec le drop shipping, Jumia pourra se concentrer sur une seule chose : la communication et le marketing et ainsi générer du chiffre d'affaires.

Même si Jumia présente de nombreuses forces avec des opportunités qui s'offrent à eux, il n'en demeure pas moins que de nombreux clients abandonnent encore leurs achats avant ou après les avoir ajoutés au panier. Cela se traduit par l'impossibilité de tester le produit avant achat ce qui se présente ainsi comme un frein à l'achat en ligne. Ce qui impactera sur les plans de cible et les objectifs de vente de l'entreprise.

Jumia n'échappe pas à la concurrence dans un marché en pleine expansion au Sénégal. La concurrence prend de l'ampleur et Jumia doit pouvoir prendre cela en considération.

2.2. Recommandations

L'effet à solutionner est celui des erreurs constaté en cours et au terminus du processus du traitement des colis. En effet, nous avons pu ressortir plusieurs causes et facteurs explicatifs de la situation. Nous pouvons proposer pour cette situation :

2.2.1. Mettre un accent sur la formation des employés (diminution d'erreur humaine)

Le personnel occupe une place prépondérante aussi bien pour la mise en œuvre des processus que pour l'amélioration. Il est alors nécessaire pour l'entreprise que son personnel soit en adéquation avec leurs fonctionnements, et soit prêt à emmener l'entreprise vers des perspectives inattendues. Cependant, nous constatons que lorsque les employés affectés au traitement des colis et au processus, n'ont pas une grande maîtrise du système de traçabilité, l'entreprise ne

propose pas de solution favorable pour palier à ce problème étant donné qu'elle propose une seule formation, qui n'est pas suffisante. L'entreprise doit alors pouvoir mettre en place :

- ***Un suivi continu et une grille d'évaluation du personnel ;***
- ***Une formation continue avec des professionnels sur le processus de traitement et sur l'utilisation ;***
- ***Faire une formation et proposer des tests TOEFL.***
- ***Engagé plus de personnel en adéquation avec le processus du système de traçabilité.***

2.2.2 Anticiper sur les éventuelles situations

S'organiser en faisant des prévisions est un bon moyen d'anticiper sur les éventuelles situations qui peuvent arriver. Jumia doit pouvoir faire des analyses sur les situations passées arriver pour pouvoir anticiper sur les problèmes comme de bugs et autres difficultés. L'entreprise doit intégrer une gestion des risques plus performants à l'image de l'entreprise Amazone, entreprise à laquelle elle a été maintes fois comparée. Elle devra alors :

- ***Réaliser une cartographie de leur processus et de leur système de traçabilité***
- ***Anticiper sur les différentes situations passées et à venir***

2.2.3. Réadapter le système à chaque évolution

En effet, un agent à soulever la cause du processus qui n'est pas adapté à tous les environnements. Il serait préférable pour Jumia de faire une étude à chaque fin d'année ou tous les six mois une révision du système afin de l'adapter à tous les environnements, tous les produits, et, de l'adapter aux changements et évolution dans l'entreprise. Le système HMT est un système propre à l'entreprise et pour cela, elle doit pouvoir être évalué et réévaluer afin de pouvoir la rendre encore plus performante. Car les entreprises e-commerce ont cette ambition d'atteindre performante dans le seul but d'être plus axé sur le client et le satisfaire.

2.2.4. Mettre en place un nouveau logiciel de traçabilité

Jumia doit pouvoir être à l'écoute de son personnel actif. Et pour cela, Jumia doit apporter des solutions à long termes pour le bon fonctionnement de l'entreprise et de ses activités. Le personnel, confronté au problème d'utilisation du logiciel de traçabilité, l'entreprise doit pouvoir intégrer un logiciel plus pratique d'utilisation et faire une formation.

2.2.5. Mettre en place un contrôle strict de produit et des fournisseurs

Jumia doit mettre un accent accru sur le contrôle qualité des marchandises en revoyant les délais de dépôt des fournisseurs en entrepôt pour livraison au client. Le fournisseur ne dispose que de peu de temps et Jumia doit pouvoir faire un contrôle qualité des produits en suivant des tests et des procédures d'hygiène permettant de satisfaire les clients par des produits de qualité.

Les compétences des fournisseurs sont peu fiables et ont du mal à respecter les délais qui leur sont attribué. Une évaluation, un test de fiabilité des fournisseurs est de rigueur et ainsi faire une sélection objective pour l'entreprise des fournisseurs remplissant les critères de compétitivité de l'entreprise.

2.2.6. Revoir les délais de livraison

Une faiblesse pour l'entreprise sujette au changement pour la performance de l'entreprise. Plusieurs procédés logistiques permettent aux entreprises de réduire leurs délais de livraison et être dans les délais. Jumia pourrait réduire ses délais en éliminant les étapes, en expédiant directement du fournisseur. Autrement dit, éliminer une étape importante de sa chaîne d'approvisionnement tout en offrant d'expédier les colis directement du fabricant ou du grossiste (dépôt d'envois), puisque l'on supprime le détaillant du processus de transport. En plus d'accélérer la livraison, cette option réduit les coûts du transport, ce qui peut être particulièrement utile pour les articles plus gros ou plus lourds pouvant être plus difficile à expédier et exigeant une manutention spéciale. Jumia pourra alors analyser les avantages de cette solution par rapport aux risques de confier le soin de ses clients à l'entreprise de livraison du fournisseur. Mais en intégrant un agent de l'entreprise ou faire une formation pour le packaging spécial Jumia.

CONCLUSION

En somme, notre étude centrée sur le système de traçabilité des colis de l'entreprise Jumia Sénégal, nous a permis de comprendre l'importance d'avoir un système de suivis au point, un personnel compétent, des fournisseurs et des produits de qualité pour l'efficacité de l'entreprise. En effet, la traçabilité consiste à assurer le suivi quantitatif des produits, leur localisation, leur destination et leurs origines. Elle joue également un rôle majeur dans la surveillance et le contrôle de la qualité des produits. Et Jumia dans un souci de satisfaction du client et de respect de délai, veut au moyen de la traçabilité des colis avoir une vue globale sur le parcours de celui-ci et son traitement. Cependant, un problème survient régulièrement celui des erreurs lors du traitement des colis. Les causes développées dans notre étude notamment la négligence du personnel, la formation, les limites du système HMT sur certain colis, ont un impact sur l'activité de l'entreprise, mais peut aussi jouer sur la performance et les retours négatifs des clients.

Ceci emmène à percevoir l'importance de la traçabilité dans une entreprise. On se prêterait alors à dire que la traçabilité est un levier de performance pour l'entreprise. La visibilité qu'elle apporte sur le déroulé en cours et passé contribue à l'excellence opérationnelle et au management de le Supply Chain. Tout cela, avec un personnel, une méthode de travail, un environnement, des matières et un matériel adéquat et performant.

Aussi, nous avons analysé l'ensemble de l'entreprise à travers la méthode swot qui nous a permis de faire ressortir divers point notamment les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces. Cela permettant d'étudier d'autre points qui impact sur l'activité de l'entreprise et affecte notre problématique.

Cette problématique des erreurs de traitement permet ainsi d'ouvrir un portail d'interrogation vers la gestion des retours des clients de Jumia qui ont pu ressentir ses erreurs de traitements. Ce qui emmène vers un autre point de la logistique notamment la logistique inversée.

BIBLIOGRAPHIE

Eric WANSOOR. *100 Questions pour comprendre et agir, LA TRACABILITE*, AFNOR, 2008, p. 3,14

Jennifer LAZZERRI, Nathalie Fabbe-Costes, *LA TRAÇABILITE TOTALE DES SUPPLY CHAINS : CONCEPT ET MODELE THEORIQUE DE MISE EN ŒUVRE*, 2014, p.3

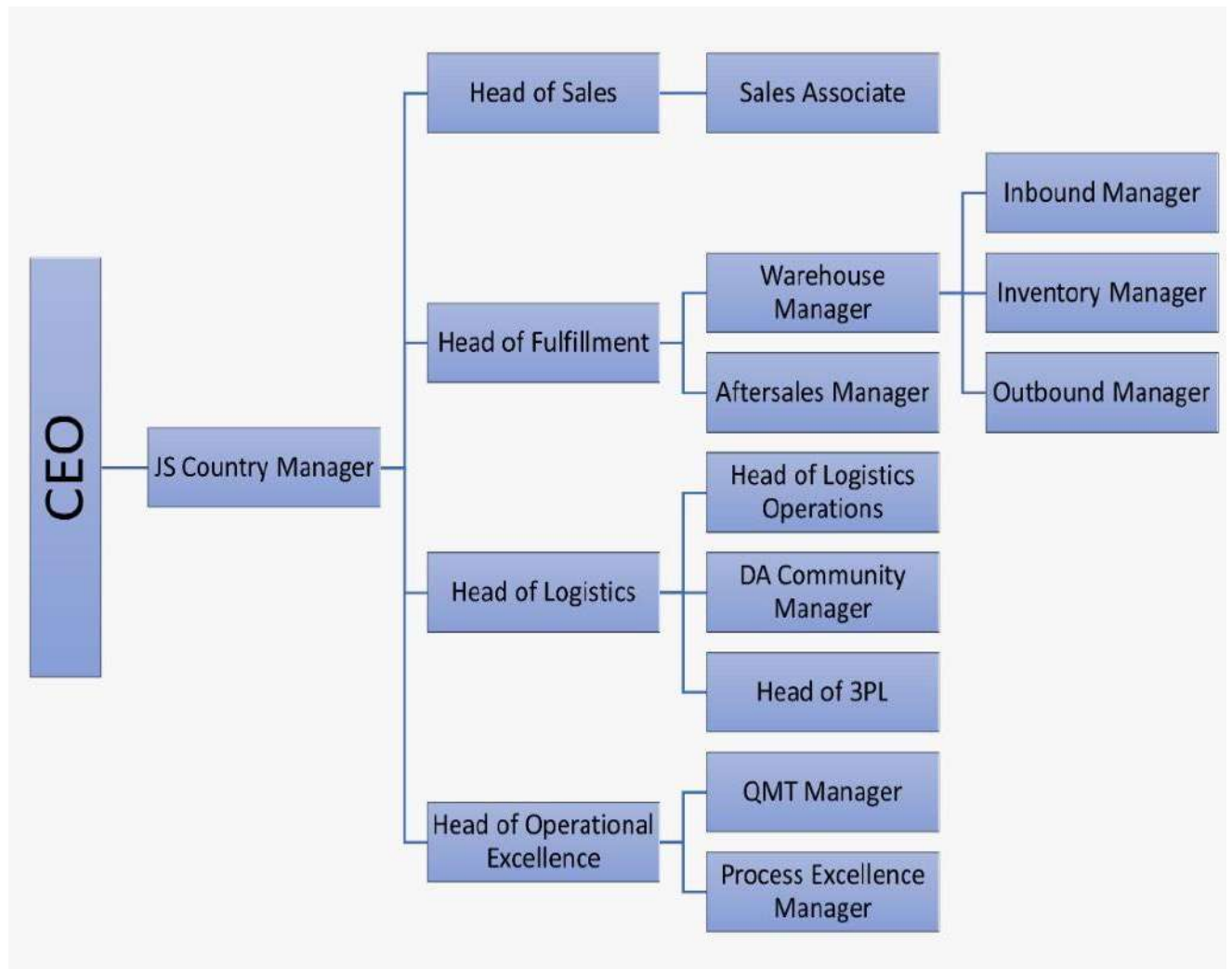
Mémoire d'Aïcha Itho Mohamed, *Analyse du système de livraison des marchandises dans le e-commerce dans la ville de Dakar : cas de Jumia*

WEBOGRAPHIE

- <https://www.jumia.sn/>
- <https://www.mecalux.fr>
- <https://group.jumia.com>
- <https://fr.fashionnetwork.com/news/E-commerce-quels-sont-les-defis-du-secteur-pour-une-economie-durable-,1245378.html>
- <https://business.lesechos.fr/amp/95/332795/php>

ANNEXES

Annexe 1 : Organigramme des acteurs ou services concerné par la traçabilité



GUIDE D'ENTRETIEN

Sujet de mémoire : Le système de traçabilité des colis dans le e-commerce : cas de Jumia

Suite à notre thématique du système de traçabilité des colis dans le e-commerce que nous sommes emmené à étudier la traçabilité des colis, le traitement des colis et le mouvement des colis jusqu'au point de relais. Dans le cadre de notre recherche et de notre mémoire de fin d'année, nous nous sommes penchés sur votre entreprise afin de mieux étudier la question.

Ce guide d'entretien nous permettra alors, d'éclaircir les zones d'ombre à cette problématique déceler au cours de notre visite et comprendre les effets de cette situation au niveau de la traçabilité des colis.

ENTREPRISE	JUMIA
STATUT/FONCTION	Head of Operational Excellence
DATE	15/07/2022

I- LES METHODES DE TRACABILITE

1) Il existe plusieurs méthodes de traçabilité, quelle méthode de traçabilité utilisez-vous ?

La méthode de traçabilité utilisée est celui du numéro de suivi (Tacking Number).

2) Comment est organisée votre méthode de travail ?

La méthode de travail s'effectue comme suit : Receive, Trie des colis et envoie des colis à l'adresses du client.

3) Pensez-vous que la méthode de travail est à l'origine des erreurs de traitement souvent observé ? Pourquoi le pensez-vous ?

Non

4) Malgré l'efficacité de votre méthode, pourquoi décèle-t-on toujours des failles ou des petites erreurs dans le traitement des colis ?

Analyse du Système de traçabilité des colis dans les entreprises de e-commerce : Cas de Jumia

On en décèle parce que le système de traçabilité est en Anglais et sans possibilité de traduire en français.

- 5) Pouvez-vous nous détailler (par étape), le fonctionnement du système de traçabilité des colis utilisé par Jumia ?

SCHEMA

- 6) Traitez-vous avec des institutions externes telles que la poste pour la livraison des colis ? Comment s'effectue le suivi de ses colis ? Quelles sont les difficultés avec elles lors du suivi et traitement des colis ?

Oui, nous traitons avec des institutions externes. Le suivi des colis s'effectue via la plateforme HMT. La difficulté majeure est le traitement physique qui diffère du traitement sur le système, difficile pour eux de maîtriser et de s'adapter à la technologie.

II- LE PERSONNEL ET LA MAIN D'ŒUVRE

- 7) Quelles sont les personnes qui participent au processus de déplacement (mouvement) des colis et en charge du système de traçabilité ?

Les participants au processus de déplacement des colis et en charge du système de traçabilité sont les opérateurs.

- 8) Comment trouvez-vous le personnel actif au processus de déplacement des colis ?
Je trouve le personnel actif au processus performant.

- 9) Rencontrez-vous des difficultés au niveau de l'utilisation du logiciel de traçabilité ? Si oui, lesquelles ?
No, all good (Tout est bon).

- 10) D'après vous, pourquoi le personnel actif au suivi de colis peut être une cause au problème soulevé ?
C'est possible, s'ils n'ont pas été bien formés pour maîtriser et suivre tout le processus.

III- LE MATERIEL UTILISE DANS LE SUIVI DE COLIS

- 11) Quelles sont les outils que vous utilisez-vous ?

Les ordinateurs, les scans.

Analyse du Système de traçabilité des colis dans les entreprises de e-commerce : Cas de Jumia

12) Disposez-vous d'un logiciel de suivi ? Lequel ?

Oui, Hub Management Tools (HMT).

13) Répond-il aux attentes de l'entreprise en termes d'efficacité et de performance ? Quel dispositif utilisez-vous pour enregistrer et transmettre les données dans le logiciel ?

Oui. Tout par de la commande faites par le client et se fait automatiquement

14) Que pensez-vous des outils utilisés ? Observez-vous des problèmes ? Lesquelles ?

Les outils sont adéquats et il n'y a aucun problème pour ma part.

15) A partir de votre expérience et des résultats, pensez-vous que ce logiciel de traçabilité est efficace ?

Oui, je pense que ce logiciel est efficace.

IV-LE MILIEU

16) Quelles sont les différents départements ou zone qui ont accès à ce logiciel de traçabilité ?

Les zones qui ont accès à ce logiciel sont : le First Mile (appelé VDO), le Centre de Tri et les Last Mile (Agence c'est-à-dire point de relais, livraison à domicile).

17) Par rapport à votre outil de gestion (logiciel de tracking), quel est le chemin parcourus par le colis ?

SCHEMA

18) Y'a-t-il des erreurs lors du traitement des colis ? Si oui, pouvez-vous en citer?

—

19) Comment se présente l'environnement de travail ? Trouvez-vous qu'il est favorable à votre poste de travail ?

L'espace de travail est en open space (espace ouvert) et je trouve que l'environnement de travail est favorable.

20) D'après vous, l'environnement de travail serait-il un facteur négatif au problème de traitement ?

Non.

V- MATIERES

21) Comment s'effectue le transfert d'information lors des transactions ou des mouvements des colis ?

Le transfert d'information lors des transactions ou des mouvements colis s'effectue via ce qu'on appelle Movable Unit qui est sur le logiciel HMT.

22) Les informations sont-elles rapide, efficace, limpide ? Si non, pourquoi ?

Oui, les informations sont rapides, efficace et limpide.

23) D'après vous, pourquoi l'on retrouve des erreurs dans le traitement ?

On en retrouve souvent par parce qu'il y'a souvent un manque d'attention de la part du personnel.

24) Suite à ses interrogations problématiques, avez-vous des suggestions d'amélioration ?

Faire en sorte que le système soit traduit en français pour faciliter la compréhension et l'utilisation de ceux qui ont des difficultés.

GUIDE D'ENTRETIEN

Sujet de mémoire : Le système de traçabilité des colis dans le e-commerce : cas de Jumia

Suite à notre thématique du système de traçabilité des colis dans le e-commerce que nous sommes emmené à étudier la traçabilité des colis, le traitement des colis et le mouvement des colis jusqu'au point de relais. Dans le cadre de notre recherche et de notre mémoire de fin d'année, nous nous sommes penchés sur votre entreprise afin de mieux étudier la question.

Ce guide d'entretien nous permettra alors, d'éclaircir les zones d'ombre à cette problématique déceler au cours de notre visite et comprendre les effets de cette situation au niveau de la traçabilité des colis.

ENTREPRISE	JUMIA
STATUT/FONCTION	Order Processing Manager
DATE	15/07/2022

I- LES METHODES DE TRACABILITE

- 1) Il existe plusieurs méthodes de traçabilité, quelle méthode de traçabilité utilisez-vous ?

Comme méthode de traçabilité (à partir de HMT) et les caméras de surveillances.

- 2) Comment est organisée votre méthode de travail ?

-

- 3) Pensez-vous que la méthode de travail est à l'origine des erreurs de traitement souvent observé ? Pourquoi le pensez-vous ?

Non, la quasi-totalité des erreurs observées sont liés à une erreur de traitement souvent causé par un manque de concentration et d'inattention de nos agents.

- 4) Malgré l'efficacité de votre méthode, pourquoi décèle-t-on toujours des failles ou des petites erreurs dans le traitement des colis ?

Tous nos agents n'ont pas la même expérience dans nos équipes et c'est généralement pendant le temps d'intégration de nos nouveaux agents que la plupart des erreurs sont observés.

Analyse du Système de traçabilité des colis dans les entreprises de e-commerce : Cas de Jumia

- 5) Pouvez-vous nous détailler (par étape), le fonctionnement du système de traçabilité des colis utilisé par Jumia ?
- Voir à travers le système (HMT), qui est la dernière personne à avoir touché le colis
 - Faire une enquête terrain (interroger les personnes sur le colis)
 - Faire un tour 360 des caméras de surveillance
- 6) Traitez-vous avec des institutions externes telles que la poste pour la livraison des colis ? Comment s'effectue le suivi de ses colis ? Quelles sont les difficultés avec elles lors du suivi et traitement des colis ?

Oui, nous traitons avec les services externes. Les difficultés rencontrées sont souvent de type savoir-faire avec des personnes pas très à l'aise avec les outils du Système de Jumia.

II- LE PERSONNEL ET LA MAIN D'ŒUVRE

- 7) Quelles sont les personnes qui participent au processus de déplacement (mouvement) des colis et en charge du système de traçabilité ?

Les personnes qui y participent sont :

- Les manutentionnaires (mouvement)
- Les responsables des hubs (suivi)
- Le QHSE (Enquête et analyse)

- 8) Comment trouvez-vous le personnel actif au processus de déplacement des colis ?

Le personnel est réactif et très efficaces.

- 9) Rencontrez-vous des difficultés au niveau de l'utilisation du logiciel de traçabilité ? Si oui, lesquelles ?

Non.

- 10) D'après vous, pourquoi le personnel actif au suivi de colis peut être une cause au problème soulevé ?

-

III- LE MATERIEL UTILISE DANS LE SUIVI DE COLIS

- 11) Quelles sont les outils que vous utilisez-vous ?

L'outil utilisé est HMT.

- 12) Disposez-vous d'un logiciel de suivi ? Lequel ?

Analyse du Système de traçabilité des colis dans les entreprises de e-commerce : Cas de Jumia

Oui, l'HMT (Hub Management Tools).

13) Répond-il aux attentes de l'entreprise en termes d'efficacité et de performance ?

Oui, il répond aux attentes attendu.

14) Quel dispositif utilisez-vous pour enregistrer et transmettre les données dans le logiciel ?

Tout est automatisé.

15) Que pensez-vous des outils utilisés ? Observez-vous des problèmes ? Lesquelles ?

Non, aucun problème.

16) A partir de votre expérience et des résultats, pensez-vous que ce logiciel de traçabilité est efficace ? *Oui, je pense que ce logiciel est efficace.*

IV- LE MILIEU

17) Quelles sont les différents départements ou zone qui ont accès à ce logiciel de traçabilité ?

Le order processing et tous les départements de la logistique.

18) Par rapport à votre outil de gestion (logiciel de tracking), quel est le chemin parcourus par le colis ?

-

19) Y'a-t-il des erreurs lors du traitement des colis ? Si oui, pouvez-vous en citer ?

Oui, des échanges de facture.

20) Comment se présente l'environnement de travail ? Trouvez-vous qu'il est favorable à votre poste de travail ?

Je trouve que l'environnement de travail est moyennement favorable au poste de travail.

21) D'après vous, l'environnement de travail serait-il un facteur négatif au problème de traitement ? *OUI*

V- MATIERES

22) Comment s'effectue le transfert d'information lors des transactions ou des mouvements des colis ?

Elle s'effectue de façon automatisée.

23) Les informations sont-elles rapide, efficace, limpide ? Si non, pourquoi ?

Oui, les informations sont rapides.

24) D'après vous, pourquoi l'on retrouve des erreurs dans le traitement ?

—

25) Suite à ses interrogations problématiques, avez-vous des suggestions d'amélioration ?

Oui notamment renforcer le recrutement et la formation du personnel et améliorer l'espace de travail.

Sujet de mémoire : Le système de traçabilité des colis dans le e-commerce : cas de Jumia

Suite à notre thématique du système de traçabilité des colis dans le e-commerce que nous sommes emmené à étudier la traçabilité des colis, le traitement des colis et le mouvement des colis jusqu'au point de relais. Dans le cadre de notre recherche et de notre mémoire de fin d'année, nous nous sommes penchés sur votre entreprise afin de mieux étudier la question.

Ce guide d'entretien nous permettra alors, d'éclaircir les zones d'ombre à cette problématique déceler au cours de notre visite et comprendre les effets de cette situation au niveau de la traçabilité des colis.

ENTREPRISE	Jade E Service
STATUT/FONCTION	Sorting Center Manager
DATE	18/07/2022

I- LES METHODES DE TRACABILITE

1) Il existe plusieurs méthodes de traçabilité, quelle méthode de traçabilité utilisez-vous ?

La méthode que nous utilisons est le tracking.

2) Comment est organisée votre méthode de travail ?

La méthode utilisée est : Receive, tri et dispatch.

3) Pensez-vous que la méthode de travail est à l'origine des erreurs de traitement souvent observé ? Pourquoi le pensez-vous ?

Non, parce que les erreurs surviennent que lorsqu'il y'a du volume, du backlog ou un imprévu.

4) Malgré l'efficacité de votre méthode, pourquoi décèle-t-on toujours des failles ou des petites erreurs dans le traitement des colis ?

Les erreurs surviennent toujours quand il y'a un changement brusque, donc je pense que c'est l'anticipation sur certain fait qui en ai la cause principale.

Analyse du Système de traçabilité des colis dans les entreprises de e-commerce : Cas de Jumia

- 5) Pouvez-vous nous détailler (par étape), le fonctionnement du système de traçabilité des colis utilisé par Jumia ?

Le système aide à connaître l'itinéraire d'acheminement d'un produit et à mieux calculer les délais de livraison grâce au tracking. Il est possible aussi de connaître toutes les étapes suivies par un produit jusqu'à son lieu de destination final : car il est constitué du numéro de commande du client et des initiales du hub destinataire. C'est ainsi avec la plateforme où nous pouvons facilement trouver toute information afin de localiser chacun de nos colis.

- 6) Traitez-vous avec des institutions externes telles que la poste pour la livraison des colis ? Comment s'effectue le suivi de ses colis ? Quelles sont les difficultés avec elles lors du suivi et traitement des colis ?

Le suivi se fait par transfert de responsabilité et nous avons pour chaque 3pl un responsable qui collabore avec les opérateurs. Nous avons parfois des colis perdus pendant le processus mais avec notre système de travail, on peut facilement détecter là où il y'a eu faille et définir le responsable.

II- LE PERSONNEL ET LA MAIN D'ŒUVRE

- 7) Quelles sont les personnes qui participent au processus de déplacement (mouvement) des colis et en charge du système de traçabilité ?

Nous avons des agents habilités à faire ce travail.

- 8) Comment trouvez-vous le personnel actif au processus de déplacement des colis ?

Le personnel est à applaudir.

- 9) Rencontrez-vous des difficultés au niveau de l'utilisation du logiciel de traçabilité ? Si oui, lesquelles ?

Non.

- 10) D'après vous, pourquoi le personnel actif au suivi de colis peut être une cause au problème soulevé ?

Oui ils peuvent commettre une erreur soit dans le traitement, soit dans la manipulation des colis.

III- LE MATERIEL UTILISE DANS LE SUIVI DE COLIS

11) Quelles sont les outils que vous utilisez-vous ?

Des ordinateurs, des scanners.

12) Disposez-vous d'un logiciel de suivi ? Lequel ?

HMT.

13) Répond-il aux attentes de l'entreprise en termes d'efficacité et de performance ?

Oui.

14) Quel dispositif utilisez-vous pour enregistrer et transmettre les données dans le logiciel ?

HMT.

15) Que pensez-vous des outils utilisés ? Observez-vous des problèmes ? Lesquelles ?

Non.

16) A partir de votre expérience et des résultats, pensez-vous que ce logiciel de traçabilité est efficace ?

Oui.

IV-LE MILIEU

17) Quelles sont les différents départements ou zone qui ont accès à ce logiciel de traçabilité ?

Network, Door delivery et les last mile hub.

18) Par rapport à votre outil de gestion (logiciel de tracking), quel est le chemin parcourus par le colis ?

Le chemin parcourus par le colis est de l'IN Transit, Pending jusqu'au dispatch.

19) Y'a-t-il des erreurs lors du traitement des colis ? Si oui, pouvez-vous en citer?

Oui: Erreur de tri Colis endommagé.

20) Comment se présente l'environnement de travail ? Trouvez-vous qu'il est favorable à votre poste de travail ?

Je dirais à bien des endroits.

Analyse du Système de traçabilité des colis dans les entreprises de e-commerce : Cas de Jumia

21) D'après vous, l'environnement de travail serait-il un facteur négatif au problème de traitement ?

Oui, en période de chaleur.

V- MATIERES

22) Comment s'effectue le transfert d'information lors des transactions ou des mouvements des colis ?

A travers des feuilles de livraison, ainsi que des fiches d'unités mobiles.

23) Les informations sont-elles rapide, efficace, limpide ? Si non, pourquoi ?

Oui.

24) D'après vous, pourquoi l'on retrouve des erreurs dans le traitement ?

Parce qu'il y'a toujours une marge d'erreur.

25) Suite à ses interrogations problématiques, avez-vous des suggestions d'amélioration ?

-

GUIDE D'ENTRETIEN

Sujet de mémoire : Le système de traçabilité des colis dans le e-commerce : cas de Jumia

Suite à notre thématique du système de traçabilité des colis dans le e-commerce que nous sommes emmené à étudier la traçabilité des colis, le traitement des colis et le mouvement des colis jusqu'au point de relais. Dans le cadre de notre recherche et de notre mémoire de fin d'année, nous nous sommes penchés sur votre entreprise afin de mieux étudier la question.

Ce guide d'entretien nous permettra alors, d'éclaircir les zones d'ombre à cette problématique déceler au cours de notre visite et comprendre les effets de cette situation au niveau de la traçabilité des colis.

ENTREPRISE	Jumia
STATUT/FONCTION	Fleet Manager
DATE	18/07/2022

VI- LES METHODES DE TRACABILITE

26) Il existe plusieurs méthodes de traçabilité, quelle méthode de traçabilité utilisez-vous ?

Nous utilisons un logiciel HMT (Hub Management Tools).

27) Comment est organisée votre méthode de travail ?

Par des process bien définis et régis conformément à chaque département.

28) Pensez-vous que la méthode de travail est à l'origine des erreurs de traitement souvent observé ? Pourquoi le pensez-vous ?

L'origine peut souvent être des bugs du système, choses qui arrivent très rarement.

29) Malgré l'efficacité de votre méthode, pourquoi décèle-t-on toujours des failles ou des petites erreurs dans le traitement des colis ?

Analyse du Système de traçabilité des colis dans les entreprises de e-commerce : Cas de Jumia

On déceale des failles ou des erreurs le plus souvent au niveau des utilisateurs. Il y'a très rarement des bugs. Mais, un agent peut perdre sa concentration dans le traitement des colis ce qui impacte sur le retard de livraison des colis mal traité.

30) Pouvez-vous nous détailler (par étape), le fonctionnement du système de traçabilité des colis utilisé par Jumia ?

-

31) Traitez-vous avec des institutions externes telles que la poste pour la livraison des colis ? Comment s'effectue le suivi de ses colis ? Quelles sont les difficultés avec elles lors du suivi et traitement des colis ?

Oui, nous traitons avec des institutions externes comme la poste (pour constituer un point de retrait de commandes). Le suivi des colis se fait :

- *Avec HMT ;*
- *Par le transfert de charges avec des fiches de vérifications pour chaque colis à transférer vers la poste ;*

Les Difficultés rencontrées sont :

- *retard sur les traitements de colis avec ces institutions*
- *retard de livraison sur certains colis dû au manque de vigilance sur le traitement des colis*
- *article endommagé lors du traitement*

VII- LE PERSONNEL ET LA MAIN D'ŒUVRE

32) Quelles sont les personnes qui participent au processus de déplacement (mouvement) des colis et en charge du système de traçabilité ?

Les vendeurs Les navettes qui s'occupent de transporter les colis vers les lieux de l'acheminement final des colis Les agents de Jumia avec les colis de Jumia Express Les agents de livraison après traitement final des commandes.

33) Comment trouvez-vous le personnel actif au processus de déplacement des colis ?

Je trouve que le personnel actif est dynamique, rigoureux, bien organisé avec des formations à l'appui.

Analyse du Système de traçabilité des colis dans les entreprises de e-commerce : Cas de Jumia

34) Rencontrez-vous des difficultés au niveau de l'utilisation du logiciel de traçabilité ? Si oui, lesquelles ?

Oui, les bugs du système, les accès qui sont limités pour le traitement de certains colis

35) D'après vous, pourquoi le personnel actif au suivi de colis peut être une cause au problème soulevé ?

Pour le non-respect du process, la négligence lors du traitement de commandes, non traitement à temps.

VIII- LE MATERIEL UTILISE DANS LE SUIVI DE COLIS

36) Quelles sont les outils que vous utilisez-vous ?

Nous utilisons des Ordinateurs, Scan, Internet.

37) Disposez-vous d'un logiciel de suivi ? Lequel ?

Oui HMT.

38) Répond-il aux attentes de l'entreprise en termes d'efficacité et de performance ?

Oui.

39) Quel dispositif utilisez-vous pour enregistrer et transmettre les données dans le logiciel ?

Ordinateur et scan.

40) Que pensez-vous des outils utilisés ? Observez-vous des problèmes ? Lesquelles ?

Adaptez au logiciel de travail et de traçabilité.

41) A partir de votre expérience et des résultats, pensez-vous que ce logiciel de traçabilité est efficace ?

Oui, du moment où on sait à quel moment on a utilisé le logiciel où et comment le colis a été traité.

IX-LE MILIEU

42) Quelles sont les différents départements ou zone qui ont accès à ce logiciel de traçabilité ?

Les Drops, la partie Jumia Express (OutBound) et la Logistique.

Analyse du Système de traçabilité des colis dans les entreprises de e-commerce : Cas de Jumia

43) Par rapport à votre outil de gestion (logiciel de tracking), quel est le chemin parcourus par le colis ?

Du dépôt du colis par le vendeur vers le Drop (là où on fait un contrôle qualité du produit) après traitement direction à l'entrepôt pour le traitement dans le département Logistique pour réceptionner le colis avec le logiciel et l'attribuer dans sa zone de livraison La logistique constitue l'acheminement final des colis

44) Y'a-t-il des erreurs lors du traitement des colis ? Si oui, pouvez-vous en citer?

Oui -Si la personne fait une mauvaise manipulation du colis dans le système -Erreur lors de l'étiquetage ou confondre les factures des commandes -Articles mal emballés

45) Comment se présente l'environnement de travail ? Trouvez-vous qu'il est favorable à votre poste de travail ?

Spacieux et favorable au traitement.

46) D'après vous, l'environnement de travail serait-il un facteur négatif au problème de traitement ?

Non.

X- MATIERES

47) Comment s'effectue le transfert d'information lors des transactions ou des mouvements des colis ?

Par mail Dans le logiciel par unité mobile.

48) Les informations sont-elles rapide, efficace, limpide ? Si non, pourquoi ?

Oui.

49) D'après vous, pourquoi l'on retrouve des erreurs dans le traitement ?

Tout système à des failles Tous les process ne sont pas adaptés aux réalités de certains environnements.

50) Suite à ses interrogations problématiques, avez-vous des suggestions d'amélioration ?

Oui. Il faudrait

- *Effectuer un contrôle qualité total avec un suivi très strict sur les produits qui entrent à Jumia ;*

Analyse du Système de traçabilité des colis dans les entreprises de e-commerce : Cas de Jumia

- *Etre sélectif concernant les vendeurs qui viennent déposer leurs articles ;*
- *Respecter les délais de livraison énoncé sur le site ;*
- *Valoriser davantage les agents qui excellent dans les traitements des colis.*

TABLE DES MATIERES

DEDICACES	I
REMERCIEMENTS	II
LISTE DES ABREVIATIONS	IV
LISTE DES FIGURES	V
FICHE SIGNALIETIQUE DE L'ENTREPRISE	VI
RESUME	VII
ABSTRACT	VIII
INTRODUCTION GENERALE	1
CHAPITRE I : CADRE DE L'ETUDE	3
SECTION 1 : PRESENTATION DE L'ENTREPRISE JUMIA	4
1.1. HISTORIQUE DE L'ENTREPRISE.....	4
1.1.1. PRESENTATION DE JUMIA	4
1.1.2. HISTORIQUE.....	4
1.2. ORGANIGRAMME ET STATUT JURIDIQUE DE LA SOCIETE JUMIA.....	6
1.2.1. ORGANIGRAMME DE L'ENTREPRISE JUMIA.....	6
1.2.1.1. ORGANIGRAMME GENERAL	6
1.2.1.2. ORGANIGRAMME DES ACTEURS OU SERVICES CONCERNE PAR LA TRAÇABILITE	8
1.2.2. STATUT JURIDIQUE DE L'ENTREPRISE JUMIA	9
1.3. MISSIONS ET OBJECTIFS DE LA SOCIETE DE JUMIA	9
1.3.1. MISSIONS DE L'ENTREPRISE	9
1.3.2. L'OBJECTIF DE L'ENTREPRISE	9
SECTION 2 : ACTIVITES DE L'ENTREPRISE	10
2.1. LES ACTIVITES DE L'ENTREPRISE DE JUMIA	10
2.1.1. PRESENTATION DE L'ACTIVITE.....	10
2.1.2. SERVICE DE LIVRAISON	10
2.2. LES PRODUITS ET SERVICES DE JUMIA.....	11
2.2.1. LES PRODUITS DE JUMIA.....	11
2.2.1.2- LES SOUS-SERVICES.....	13
A- LE SERVICE CLIENT.....	13
B- LE SELLER CENTER	13
2.3. ENVIRONNEMENT MICRO-ECONOMIQUE DE L'ENTREPRISE JUMIA	14
2.3.1. LES CLIENTS ET LES CONCURRENTS DE JUMIA	14

Analyse du Système de traçabilité des colis dans les entreprises de e-commerce : Cas de Jumia

2.3.1.1. LES CLIENTS.....	14
2.3.1.2. LES CONCURRENTS	14
2.3.2. LES FOURNISSEURS ET LES PARTENAIRES	15
2.3.2.1. LES FOURNISSEURS.....	15
2.3.2.1 LES PARTENAIRES.....	15
CHAPITRE II : CADRE ANALYTIQUE.....	16
SECTION 1 : PRESENTATION ET ANALYSE DES RESULTATS	17
1.1. PRESENTATION DU MODELE DU SYSTEME DE JUMIA ET DE LA SITUATION	17
1.1.1. PRESENTATION DU MODELE DU SYSTEME DE JUMIA.....	17
1.1.1.1. PRESENTATION DE LA TRAÇABILITE	17
1.1.1.2. PRESENTATION DE LA TRAÇABILITE DE JUMIA.....	17
1.1.2. PRESENTATION DE LA SITUATION.....	20
1.2. ANALYSE DES RESULTATS	20
1.2.1. DIAGRAMME D'ISHIKAWA.....	20
1.2.2. L'ANALYSE SWOT DE JUMIA	22
1.2.2.1. LES FORCES DE L'ENTREPRISE JUMIA	22
1.2.2.2. LES FAIBLESSES DE L'ENTREPRISE JUMIA.....	23
1.2.2.3. LES OPPORTUNITES DE L'ENTREPRISE JUMIA	23
1.2.2.4. LES MENACES DE L'ENTREPRISE JUMIA	24
SECTION 2 : INTERPRETATIONS ET RECOMMANDATIONS.....	25
2.1. INTERPRETATIONS DES RESULTATS	25
2.1.1. LE DIAGRAMME D'ISHIKAWA	25
2.1.1.1. LA METHODE.....	25
2.1.1.2. LE MATERIEL	25
2.1.1.3. LA MAIN D'ŒUVRE.....	25
2.1.2. L'ANALYSE SWOT DE JUMIA.....	26
2.1.2.1. LES FORCES ET LES FAIBLESSES DE JUMIA.....	26
2.1.2.2. LES OPPORTUNITES ET LES MENACES DE JUMIA.....	27
2.2. RECOMMANDATIONS	27
2.2.1. METTRE UN ACCENT SUR LA FORMATION DES EMPLOYES (DIMINUTION D'ERREUR HUMAINE)	27
2.2.2. ANTICIPER SUR LES EVENTUELLES SITUATIONS	28
2.2.3. READAPTER LE SYSTEME A CHAQUE EVOLUTION.....	28
2.2.4. METTRE EN PLACE UN NOUVEAU LOGICIEL DE TRAÇABILITE	28

Analyse du Système de traçabilité des colis dans les entreprises de e-commerce : Cas de Jumia

<i>2.2.5. METTRE EN PLACE UN CONTROLE STRICT DE PRODUIT ET DES FOURNISSEURS</i>	<i>29</i>
<i>2.2.6. REVOIR LES DELAIS DE LIVRAISON.....</i>	<i>29</i>
<i>CONCLUSION.....</i>	<i>30</i>
<i>BIBLIOGRAPHIE</i>	<i>I</i>
<i>ANNEXES</i>	<i>II</i>
<i>TABLE DES MATIERES</i>	<i>XX</i>