



Face aux start-up, le spécialiste de la livraison Star Service s'est digitalisé

La société de livraison trentenaire Star Service a digitalisé son service. Grâce à une connaissance en temps réel des commandes et la possibilité d'analyser les flux de livraison sur toute l'année, elle peut améliorer la gestion de ses livreurs et son budget. Une nécessité face à la concurrence des start-up qui mettent en relation les sociétés ayant besoin de livrer un colis avec des autoentrepreneurs.



Face aux start-up, le spécialiste de la livraison Star Service s'est digitalisé © Star Service

Star Service, une société de livraison qui a 30 ans d'expérience et livre environ 50 millions de colis par an, s'est fait bousculer avec l'arrivée de start-up sur le marché de la livraison du dernier kilomètre. " A partir de 2015, Star Service a dû faire face à l'arrivée d'une vague de concurrence avec l'essor de la livraison collaborative ", précise à L'Usine Digitale Luis De Sousa, chef de projet système d'information métier chez Star Service. Même si Star Service compte parmi ses clients les cavistes Nicolas sur Paris ainsi que des enseignes comme Monoprix, Carrefour et Leclerc, il a été contraint de moderniser et digitaliser ses services avec l'arrivée de start-up comme Stuart ou Mr Pasha.

Envoi de messages aux clients et suivi du livreur

Afin de répondre aux attentes des commerçants et des consommateurs, Star Service, en partenariat avec Micropole, a axé sa stratégie de transformation numérique sur deux points : l'optimisation du service client et une meilleure gestion des tournées. Le transporteur a largement revu son outil central de gestion du transport, le transport management system (TMS). Ce dernier permet de créer la commande d'un particulier soit depuis la plate-forme extranet d'une société cliente de Star Service soit depuis une commande passée par le client sur internet

Une fois le TMS installé chez ses clients, les données sont remontées directement chez Star Service qui peut prendre en charge la commande. Star Service propose aussi l'envoi automatique d'un message au client

[Visualiser l'article](#)

lorsque la commande est prise en charge par un chauffeur et une option permettant au client de suivre sa livraison. Preuve que ce service est plébiscité : *"Aujourd'hui Star Service envoie entre 15 000 et 20 000 messages par jour dans le cadre du suivi des commandes"* , assure Luis De Sousa.

Des données pour mieux gérer ses équipes de livreurs

"En interne, la mise en place de ce système a permis de remonter de nombreuses informations grâce auxquelles Star Service peut analyser en temps réel l'activité sur le terrain" , affirme Luis De Sousa. Star Service sait combien de livraisons sont en cours ou en attente dans un magasin, si des colis sont manquants, etc. L'entreprise de livraison peut *"mieux piloter son activité et ajuster ses ressources au fil de la journée en informant les équipes sur le terrain d'un pic d'activité anormal ou d'une baisse des commandes"* , détaille-t-il.

Avant, pour connaître l'activité des commandes passées en magasin, l'entreprise devait appeler directement ses chauffeurs sur place. *"Maintenant, nous avons une connaissance des flux de livraison sur l'année et même sur la journée,* assure Luis De Sousa. *Il est possible d'analyser et modéliser jusqu'au planning d'un chauffeur pour un magasin"* . Un plus nécessaire pour l'entreprise qui dispose de salariés formés à la livraison et doit faire face à la concurrence des start-up de livraison qui mettent en relation des autoentrepreneurs avec des clients. Star Service souhaite d'ailleurs pousser encore plus l'analyse des données et mieux anticiper les besoins. Pour le prestataire de service, il y a un vrai enjeu de gestion de ses livreurs.

La mise en place de ce nouveau système permet aussi à Star Service de mieux gérer son budget. Le prestataire de service affirme que les objectifs ont largement été atteints par rapport aux dépenses réalisées pour le développement de ce nouveau système. Mais la société ne donne aucune donnée chiffrée.

Star Service se tourne vers le BtC

Depuis le dernier semestre de l'année 2018, Micropole et Star Service se sont engagés dans *"une refonte complète"* de ce logiciel vieillissant. Le but est de moderniser l'outil et de développer de nouvelles fonctionnalités. Star Service espère avoir un outil commercialisable dans les deux prochaines années et n'exclut pas de le proposer aux start-up qui souhaitent le concurrencer... C'est pourquoi les deux partenaires se concentrent sur la livraison du dernier kilomètre pour laquelle les problématiques sont beaucoup plus fines et concernent notamment la livraison verte et des contraintes élevées en termes de délais de livraison. Or l'idée de Star Service et de pouvoir adresser des transporteurs plus petits avec son logiciel.

En parallèle, Star Service et Micropole réfléchissent aussi au développement d'une application qui permettrait à la société de livraison d'ouvrir son service aux particuliers. Star Service deviendrait alors un acteur direct de la livraison.