

BVA



Des achats sans limite de vitesse, avec la carte commerciale Scotia

Le géant du transport, CSX Corporation, a récemment opté pour le programme de carte commerciale Scotia, ce qui lui a permis d'optimiser son administration et de réaliser des économies.

Lisa Ludlam, CSX,
directrice des services
de carte de crédit et
Ed Healy, directeur
des systèmes
intermédiaires

Pour ceux qui oeuvrent dans le domaine du transport, il n'est pas permis de ralentir. Il n'est donc pas surprenant que la CSX Corporation, une société de transport combiné, ait récemment instauré en un temps record le programme de carte commerciale Scotia pour ses 3 200 employés, soit en moins de neuf semaines.

Ayant son siège à Jacksonville, en Floride, la CSX offre un service marchandises ferroviaire sur un réseau de plus de 23 000 milles de route dans 23 états, le district de Columbia et deux provinces canadiennes. Tout comme de nombreuses autres grandes sociétés géographiquement dispersées, la CSX utilise le programme de la carte commerciale pour faciliter les achats des employés sur le terrain et pour promouvoir l'initiative de la société visant à réduire les dépenses de la chaîne d'approvisionnement.

Selon Lisa Ludlam, directrice des services de carte de crédit pour la CSX, la société a décidé de changer de fournisseur de services financiers dans le but de maximiser la valeur de son programme d'achats par carte.

« Avec notre ancien programme, les dépenses et les achats liés à la flotte étaient regroupés sur une même carte, explique-t-elle. Bien que nous ayons 9 000 cartes en circulation, le volume des dépenses était relativement faible et aucun programme d'encouragement n'était offert. »

« Le service est nettement meilleur avec la Banque Scotia. Non seulement l'équipe de la Banque Scotia a-t-elle instauré notre programme très rapidement, comme nous l'avions stipulé dans notre Demande de proposition, poursuit-elle, elle nous a offert une tarification taillée sur mesure afin de répondre à nos besoins. Maintenant, elle nous aide activement à faire un meilleur usage de la carte afin d'économiser davantage. »

Patrick Sulston, directeur principal, Service des cartes d'achats, souligne que l'expérience et les efforts de l'équipe ont été les principaux facteurs qui ont permis d'assurer la mise en œuvre rapide et la transition sans heurt d'un système à l'autre. « En jumelant notre expérience de l'implantation avec celle de notre équipe de gestion de base de donnée et de nos spécialistes de la représentation cartographique des données, nous avons été en mesure d'élaborer un plan pour le projet et de le mettre à exécution. »

Daniel Smith, directeur principal, Solutions de cartes commerciales, à la Banque Scotia, reconnaît qu'il est pratique courante de développer une relation mutuellement avantageuse avec les clients qui utilisent la carte commerciale.

« Notre but est de faire en sorte qu'ils profitent au maximum du programme de carte commerciale. Nous sommes gagnants lorsqu'ils le sont aussi, explique M. Smith. La Banque Scotia fournit une valeur



44, rue King Ouest
Toronto (Ontario) M5H 1H1
Courriel : businessproducts@scotiabank.com
www.banquescotia.com

Définition de « La nouvelle normalité »

ajoutée en continuant d'intervenir auprès du client en localisant et en négociant avec les fournisseurs de CSX afin de promouvoir une plus grande acceptation de la carte commerciale comme forme de paiement. »

Fonctions de communication des renseignements en ligne pour une administration simplifiée

Lisa Ludlam est tout aussi enthousiaste en ce qui concerne le programme de communication des renseignements en ligne, lequel facilite le contrôle de l'utilisation des cartes.

« Il y a plus de 50 administrateurs qui gèrent l'utilisation des cartes pour leurs secteurs respectifs, passant en revue et approuvant chacun des relevés assortis d'un reçu, explique-t-elle. Mon travail consiste à analyser toutes les données et d'en faire rapport à la direction. La compilation de ces rapports à l'aide du système Pathway Net est plus rapide et plus facile, car tous les renseignements sont accessibles en ligne et je peux organiser le travail quand bon me semble. »

M^{me} Ludlam ajoute qu'un de ses objectifs pour l'année à venir est d'améliorer davantage la fonction de communication des renseignements, qui sera facilitée par le système Pathway Net. « Ayant tout juste terminé le traitement des frais d'un premier mois complet, je suis en mesure d'apprécier la possibilité que me donne le système de personnaliser les relevés des opérations de diverses façons. Dans la foulée des scandales comptables des dernières années, les services qui gèrent les finances des entreprises sont plus que jamais tenus de garder méticuleusement des registres de toutes les dépenses, ce que Pathway Net nous permet de faire. »

M^{me} Ludlam souligne que tandis qu'elle apprécie les fonctions de communication des renseignements en ligne, le principal avantage du nouveau programme de carte commerciale est qu'il permet de réaliser des économies supplémentaires. « Chaque achat porté à la carte nous permet d'épargner environ 69 \$ en frais d'administration. Notre politique est maintenant de porter tous les achats de 500 \$ ou moins à la carte, et nous avons déjà réduit le nombre de factures traitées manuellement de 30 %, ce qui représente une économie considérable. Avec l'aide de la Banque Scotia, nous prévoyons obtenir des résultats encore supérieurs l'an prochain, » conclut-elle.

Les cartes commerciales se répandent

Par rapport aux résultats du dernier sondage représentatif sur les cartes commerciales, le niveau d'acceptation des programmes de cartes a évolué tant chez les décideurs que chez les utilisateurs : ce n'est plus un luxe, mais c'est devenu presque la norme tant dans le public que le privé.

Selon le sondage « Purchasing Card Benchmark Survey » de 2003 mené auprès de 579 sociétés nord-américaines ayant adopté les cartes commerciales clientes de 19 des principales institutions financières, le total des dépenses annuelles par carte a doublé en deux ans, passant de 40 milliards de dollars en janvier 2001 à 80 milliards de dollars en janvier 2003.

Dans le précédent sondage de 2001, les personnes interrogées comptaient voir les dépenses par carte augmenter de 101 % à l'horizon 2003, ce qui s'est vérifié malgré un sérieux ralentissement de l'activité économique. On attribue cette hausse des dépenses par carte au fait que le pourcentage d'employés qui sont dotés d'une carte et qui l'utilisent régulièrement est allé en augmentant, et que les opérations sur chaque carte et les montants dépensés pour obtenir des biens ou des services ont évolué à la hausse.

Cette progression des achats effectués avec des cartes commerciales est symptomatique des changements qui ont eu lieu à la base chez les employés. Le sondage montre que les dépenses par carte ont augmenté de 18 % et que les opérations par carte se sont accrues de 12 %.

Un nombre croissant de sociétés continuent de promouvoir l'utilisation des cartes en étendant leur utilisation aux petits achats pour réduire la paperasserie. En fait, selon les estimations, l'utilisation de ces cartes permet de réaliser des économies globales de 23 milliards de dollars par an, d'autant qu'elles ont permis de réduire les effectifs et d'affecter le personnel à des tâches plus rentables. Qui plus est, il a été possible de raccourcir le cycle d'approvisionnement de 74 % en moyenne, de réduire le nombre de comptes pour les petits achats de 57 % et d'obtenir une baisse de 42 % du nombre de fournisseurs pour les services de maintenance générale, de fonctionnement et de réparation.

Les entreprises dont le chiffre d'affaires dépasse les 20 millions de dollars et qui font des paiements par carte totalisant au moins 3 à 5 millions de dollars sont des candidats idéaux pour un programme de carte. S'il y a un grand nombre de fournisseurs, que les activités sont étendues et que les services de gestion de l'approvisionnement sont décentralisés, un tel programme est aussi à envisager.

Si vous voulez en savoir plus sur les résultats du sondage 2003 ou sur le programme de carte commerciale de la Banque Scotia, veuillez communiquer avec votre directeur, Relations d'affaires ou nous contacter par courrier électronique à l'adresse : businessproducts@scotiabank.com

* Résultats du sondage Purchasing Card Benchmark Survey effectué en 2003 par Richard J. Palmer et Mahendra Gupta.