

Implémentation d'une solution voyages et notes de frais chez Leoni



LEONI



A propos de Leoni

Équipementier automobile de rang 1 – parmi les plus gros et les plus internationalisés –, Leoni est une société allemande qui fabrique du câblage.

L'entreprise représente 450 employés en France et plus de 60000 employés au total, avec de multiples sites répartis dans 33 pays.

Le programme voyages de Leoni

La France est un programme pilote ayant pour objectif principal de responsabiliser les voyageurs.

Nombre de voyageurs sur le site français : 250 (réguliers et occasionnels – moins d'une fois par mois).

Destinations : principalement les sites de Leoni à l'étranger, dont le siège en Allemagne.

Partenaires clés : AirPlus (carte logée), KDS (outil Travel & Expense), Carlson Wagonlit Travel (Travel Management Company).

Une culture d'entreprise en accord avec KDS

La maîtrise des coûts et la maîtrise de la supply chain, du fournisseur jusqu'à la livraison du client, en passant par l'ensemble des processus qui permettent de fabriquer les produits, sont au cœur des challenges permanents de Leoni.

La culture de l'innovation : parmi les défis de Leoni figure celui d'être toujours à la pointe et donc d'innover continuellement.

Grâce à KDS, nous avons pu mettre en place trois modules : un premier module Voyage : j'organise mon voyage, je réserve mes billets, j'émets mes billets ; un deuxième module Notes de frais et un troisième module Facturation : je rembourse mon collaborateur vis-à-vis de sa note de frais et je paie mes fournisseurs

Jean-Paul Magnier,

Directeur France des Achats et de l'optimisation des coûts.



Les challenges et objectifs de Leoni auxquels KDS a répondu



La responsabilisation des voyageurs :

avec KDS Neo, l'affichage de l'itinéraire porte à porte, les options d'ajustement ainsi que l'aperçu du coût global du déplacement permettent aux collaborateurs d'être face à ses choix et d'en mesurer les impacts.



La facilité de déploiement :

Leoni souhaitait pouvoir déployer facilement l'outil auprès de l'ensemble des voyageurs : le caractère intuitif de la solution était indispensable afin de maximiser l'engagement des utilisateurs.



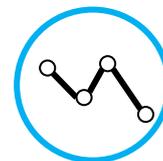
La flexibilité :

Leoni recherchait un outil qui pouvait s'adapter aux spécificités de l'entreprise grâce à un paramétrage avancé, mais également un éditeur sachant faire preuve d'une capacité d'adaptation face aux éléments implicites inhérents à l'entreprise non formalisés dans le cahier des charges.



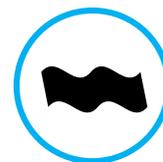
Un gain de temps et une meilleure efficacité du programme voyages :

avec Neo, le collaborateur utilise une application unique et obtient une vision « end to end » de son voyage. L'outil applique automatiquement des filtres de manière à proposer des itinéraires conformes à la politique voyages qui permettent d'optimiser le trajet avec un meilleur rapport coût-efficacité.



La réduction des coûts :

en adoptant la réservation en ligne en 2012, l'objectif initial de Leoni était de réduire les fees liés à l'agence de voyages. Avec Neo, Leoni a également un objectif de réduire les dépenses voyages.



La collaboration avec Carlson Wagonlit Travel : Leoni souhaitait conserver son agence de voyages Carlson Wagonlit Travel. Le partenariat existant entre cette dernière et KDS a donc apporté une valeur ajoutée à la conduite du projet.



Le mobile comme levier pour simplifier les process pre et post voyage :

- Leoni souhaitait simplifier le processus d'approbation du voyage : l'application mobile Neo permet au manager de valider les demandes de ses collaborateurs à tout moment, notamment pendant ses propres déplacements.
- Simplifier le processus de saisie des notes de frais : avec Neo Expense, les collaborateurs préparent leurs notes de frais pendant leur voyage en numérisant les reçus avec leur smartphone et collectent toutes les informations à leur retour en un clic.

Evolution de la gestion des déplacements professionnels au sein de Leoni :



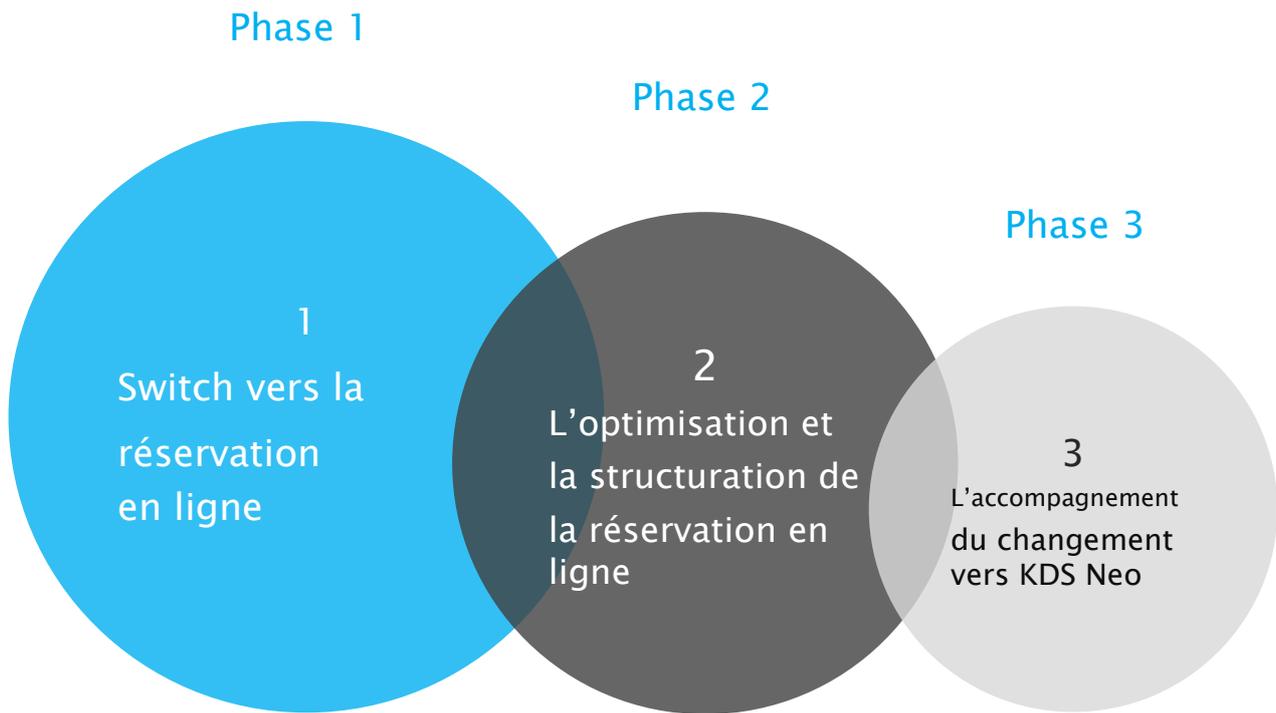
qu'est-ce qui a changé avec KDS Neo ?

- Les collaborateurs de Leoni utilisent désormais un **outil unique** pour gérer l'ensemble de leur déplacement professionnel, de la réservation jusqu'aux notes de frais.
- Neo présente **une rupture avec l'approche e-commerce linéaire traditionnelle** où le voyageur doit sélectionner ses prestations parmi des longues listes de vols et d'hôtels. Dorénavant, en quelques clics, l'utilisateur visualise son voyage à 360° : il obtient un aperçu de la destination avec Street View, il visualise le coût du voyage de porte à porte, incluant le coût estimé des taxis et des dépenses sur place (frais de bouche...), l'itinéraire proposé est conforme à la politique voyage, ajustable, et directement réservable.

Une approche différente de la réservation des déplacements professionnels :

L'approche KDS est très intéressante, la question qu'on doit se poser, c'est une question assez logique : où est-ce que je veux aller, quel jour et à quelle heure est mon rendez-vous ? C'est à la fois très logique et innovant. Comme toutes les idées simples, il fallait se poser la question dès le départ. KDS est certainement la première société à s'être posé la question : de quoi a besoin le voyageur ?

Jean-Paul Magnier



01. La valorisation des collaborateurs

Lors du lancement de la réservation en ligne, chaque employé dont la réservation était conforme avec le "prix cible par destination" recevait un message de félicitations via CWT Program Messenger.

02. Une approche orientée processus métier

Dans une logique d'optimisation des coûts liés aux frais généraux, dont la catégorie voyages fait partie, le découpage de l'ensemble des processus a permis à Leoni de mettre en évidence le temps consacré à la réservation d'un voyage ainsi qu'aux tâches à valeur ajoutée ou à non-valeur ajoutée. Ceci a permis de cadrer les besoins au travers d'un cahier des charges auquel KDS a su répondre.

03. Des équipes pilotes

Une équipe d'ambassadeurs composée d'assistantes de Direction a eu pour rôle de relayer l'information à leurs départements respectifs et de former les collaborateurs. Cela a permis de leur donner de nouvelles responsabilités car elles sont en permanence au contact des voyageurs et connaissent leurs contraintes.

Pour les utilisateurs finaux / voyageurs

- Un outil unique qui est ergonomique, intuitif, agréable à utiliser, rapide et simple.
- Une approche de réservation innovante basée sur le porte à porte et sur l'optimisation de son itinéraire en fonction de ses obligations.
- Une valorisation du voyageur qui est doté d'un rôle plus important et qui est davantage engagé : il contrôle sa réservation, son itinéraire et son expérience de voyage.
- Un gain de temps pour la réservation mais également pour la gestion des dépenses grâce à une application unifiée qui permet de pré-remplir les notes de frais.

Pour le travel manager / l'acheteur

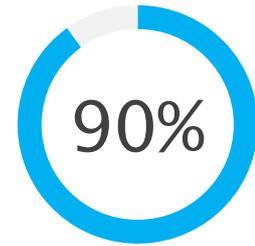
- Réduit la résistance au changement grâce à un outil qui offre des alternatives aux voyageurs tout en réduisant les choix afin de gagner du temps.
- Améliore la satisfaction des collaborateurs, notamment les représentants de la génération Y en quête d'innovation.
- Une responsabilisation du collaborateur qui réalise l'impact de son choix (culpabilité visuelle avec une mise en évidence des variations de coûts en fonction des choix).
- Une réduction des coûts de billetterie d'environ 25%.

Pour le management

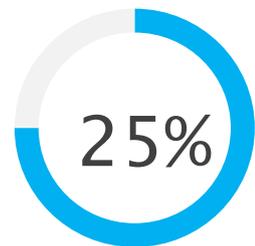
- Une meilleure productivité grâce à un gain de temps significatif pour la réservation et la gestion des notes de frais.
- Une vision globale du coût du déplacement avec l'unification du voyage et des notes de frais : permet d'avoir un bon jugement sur l'utilité et la finalité du déplacement.
- Un processus d'approbation facilité avec l'application mobile qui permet de valider les déplacements des collaborateurs à tout moment et de ne pas perdre les tarifs présélectionnés.
- Un reporting ventilé par centre de coûts. Ceci permet à chacun d'entre eux d'ajuster leur décision : au vu des dépenses Travel, faut-il adopter davantage de restrictions ou au contraire peut-on favoriser les déplacements ?

Pour la comptabilité

- Un traitement des notes de frais simplifié, plus rapide et moins coûteux grâce à l'unification des modules voyages et notes de frais.
- Une automatisation du processus de réconciliation : avec la solution unifiée, les comptables peuvent réconcilier les dépenses estimées avec les dépenses réelles.
- Une intégration au système de gestion de l'entreprise.



De taux d'adoption online



D'économies réalisées sur la billetterie aérienne grâce notamment à la culpabilité visuelle : le voyageur visualise l'impact de son choix.



Un gain de temps car l'outil de réservation présente moins de choix pour faciliter la décision.



Un volume de déplacements en baisse influencé par la visibilité du coût global du déplacement avant même la demande d'approbation par le manager.

The advertisement is a large-scale digital display on a building facade. It features a central smartphone graphic showing a mobile application interface. The interface includes:

- Calendar View:** A vertical list of times from 10AM to 12PM with icons for 'Lunch', 'Dinner', and 'Wifi'.
- Map:** A map showing a route between two locations, with a price of 159.
- Flight Booking Screen:** A detailed view of a flight booking with the following data:

Item	Price
Flight	1,282 EUR
Taxes	180 EUR
Total	1,462 EUR
Other	235 EUR
Total	1,717 EUR

The KDS logo is prominently displayed in white on a teal background at the top and bottom of the advertisement.

E HOUSTON ST
BROADWAY
ONE WAY

