

L4 Logistics devient L4 Epsilon, réaffirme son métier d'éditeur et présente sa stratégie sur les solutions logistiques innovantes multicanal

L4 Logistics devient L4 Epsilon à compter du 15 mars 2010. En prenant le nom du système industriel qui l'a fait connaître, le spécialiste de la logistique fine pour le e-commerce, les ventes en multicanal et le store picking, confirme son statut d'éditeur de solutions logistiques. L4 Epsilon affine sa stratégie commerciale envers ses nouveaux partenaires avec sa volonté de conquérir le marché européen.



Alain de Lamazière
Président du Conseil de surveillance

« Il était essentiel pour nous de changer de nom après la cession de notre filiale L4 3PL au Groupe GT il y a un an, explique Alain de Lamazière, Président du Conseil de Surveillance et co-fondateur de L4 Epsilon. Depuis, nous nous sommes concentrés sur notre métier initial, l'édition, et il nous semblait essentiel de prendre le nom de notre solution : L4 EpsilonTM. Nous capitalisons ainsi sur la force de notre marque. »

Un savoir-faire inégalé combiné à un marché en pleine mutation

Aujourd'hui près de 50 clients directs ou indirects utilisent la solution de référence L4 EpsilonTM. Unique sur le marché, elle a été nativement conçue pour gérer la préparation de commandes de détail du multicanal et du BtoC. *« En 2001, lors de la création de la solution L4 EpsilonTM, nous avons été précurseurs sur un marché en plein développement. Aujourd'hui, nous sommes toujours n°1 et nous sommes « time to market » sur un marché en pleine mutation, souligne Alain de Lamazière. Le marché des pureplayers et du multicanal va exploser. D'ici deux ans, on estime que 500 entreprises en France proposeront une distribution multicanal associant boutiques et site marchand. Grâce à notre expérience unique et les améliorations que nous apportons à notre solution depuis 10 ans, nous saurons les accompagner. L'enquête que nous avons menée en octobre dernier, avec l'Ifop, sur les internautes et le e-commerce¹, nous le prouve tous les jours. »*

Comme l'a montré l'étude, le commerce en ligne s'est définitivement installé. Les internautes attendent un service identique à celui qu'ils peuvent trouver en magasin, notamment en termes de qualité, régularité et transparence du service. Pour s'assurer de la fidélité de ses clients, il faut impérativement une logistique maîtrisée et un service parfait. Un client mécontent (rupture de stock, erreur sur un produit, manque d'information sur un délai de livraison...) n'achètera plus sur le site, Internet étant considéré comme une alternative plus souple, rapide et pratique qu'un magasin physique.

¹ "Les internautes et le e-commerce" - Oct 09 - <http://l4-epsilon.fr/Avec-la-collaboration-de-l-IFOP.html>

« La pérennité du e-commerce passe aujourd'hui par une complémentarité entre points de vente physiques et e-boutique, et cette nouvelle synergie s'accompagne de nouveaux services, poursuit Jean-Pierre Gautier, Président du Directoire de L4 Epsilon. Par exemple, une commande passée sur Internet sera préparée en magasin et sera, au choix, retirée sur place ou livrée à domicile². De la même façon, on pourra commander en magasin des produits en rupture de stock, avec la possibilité de venir les retirer sur place ou de se faire livrer³. »

Cette complémentarité nouvelle entraîne une organisation logistique complexe à laquelle L4 Epsilon répond en s'appuyant à la fois sur sa solution mais également sur ses partenaires.

À la conquête de la France et de l'Europe



Jean-Pierre Gautier
Président du Directoire

L4 Epsilon a depuis quelques mois mis en place une nouvelle politique commerciale. « Le marché du multicanal est mûr et en plein développement. Pour l'accompagner, nous collaborons désormais avec des prestataires logistiques et des intégrateurs », précise Jean-Pierre Gautier (photo).

Ainsi, la solution L4 Epsilon™ s'adresse aux prestataires logistiques, intégrateurs et consultants qui souhaitent mettre en place une solution éprouvée et spécialisée dans la logistique fine pour le e-commerce, les ventes multicanal et le store picking. « Nous collaborons d'ores et déjà avec le Groupe GT, DHL Supply Chain et Norbert Dentressangle, et sommes actuellement en pourparlers avec quelques grands noms de l'intégration, poursuit Jean-Pierre Gautier. Nos sociétés partenaires constituent de véritables centres d'excellence. Ce sont des show room privilégiés de démonstration de la solution L4 Epsilon™. »

Avec le soutien de ses partenaires, L4 Epsilon développe actuellement une stratégie commerciale forte pour conquérir le marché européen. D'après les récentes études, 3000 magasins de grands distributeurs en Europe, font ou vont prochainement mettre en place du store-picking, marché que connaît déjà fort bien L4 Epsilon qui propose une solution dédiée et novatrice.

Près de 50 clients utilisent déjà la solution L4 Epsilon, auxquels se sont récemment ajoutés Monoprix, Boulanger et Pimkie.

L4 Epsilon est le spécialiste de la logistique fine pour le e-commerce, les ventes en multicanal et le store picking. Il édite et commercialise la solution L4 Epsilon™ qui répond aux besoins spécifiques de la supply chain du e-commerce : système de préparation simple et flexible, zéro erreur de préparation, productivité maximale même en pic d'activités, traitement natif du flux tendu, ROI rapide (entre 6 et 12 mois).

La solution L4 Epsilon est brevetée.

Pour plus d'information : <http://www.l4-epsilon.fr>

² 85 % des internautes sont assez ou très intéressés par cette option

³ 91% des internautes sont très ou assez intéressés