

Mapotempo devient Mapo, un produit de l'entreprise Woop.

En novembre 2021, Woop, entreprise spécialisée dans la livraison du dernier kilomètre, faisait l'acquisition de Mapotempo, société experte dans la gestion et l'optimisation de tournées, afin d'accélérer sa croissance et proposer une solution unique de gestion de bout en bout des livraisons du dernier kilomètre.

Après 18 mois de rapprochement sur le plan humain, technologique et commercial, Mapotempo devient Mapo, un produit de l'entreprise Woop. Un changement réalisé dans un souci de cohérence et de simplification, avec toujours la même proposition de valeur : couvrir l'ensemble des opérations du dernier kilomètre, de l'orchestration des flux de livraison ou de retrait jusqu'à l'optimisation et l'exécution de tournées pour un commerce omnicanal, performant et responsable.

Grâce à sa plateforme européenne d'orchestration des livraisons du dernier kilomètre, Woop propose à ses clients retailers – Leroy Merlin, Saint Maclou, Decathlon, Supermarché Match...- une solution qui agrège et organise, sur une interface unique, l'ensemble des offres de livraison de plus de 600 transporteurs partenaires.

Afin d'intégrer une nouvelle brique stratégique à sa solution et couvrir l'ensemble de la chaîne de la livraison du dernier kilomètre, Woop a fait l'acquisition en novembre 2021 de Mapotempo, société experte dans la gestion de tournées proposant une solution de planification et d'optimisation.

En novembre 2023, Woop uniformise son offre et rebaptise Mapotempo en Mapo, une marque produit totalement alignée avec l'univers de Woop.

Ce rebranding s'accompagne d'un travail de fond sur l'identité graphique de Mapo : l'interface web, reliftée, a été mise aux couleurs de Woop. Une nouvelle application mobile Mapo, disponible sur Android et IOS et proposant de nouvelles fonctionnalités ainsi qu'une nouvelle ergonomie, a également été lancée.

Avec cette évolution, nous écrivons une nouvelle page de notre histoire en apportant plus de cohérence et de lisibilité à notre offre pour nos clients. Nous renforçons ainsi l'impact et l'alignement de nos marques, tout en affirmant l'importance qu'occupe Mapo dans notre offre. Ce changement symbolise l'achèvement de l'entreprise Mapotempo au sein de Woop, une opération stratégique pour répondre à notre ambition de devenir le leader européen des Delivery Management System."

Alexis Quesney,
Directeur Général de Woop



DMS Woop et Mapo, les deux solutions de Woop pour gérer de bout en bout la livraison du dernier kilomètre.

Concrètement l'entreprise Mapotempo a été intégrée à Woop, qui porte désormais les deux solutions. D'abord, le DMS Woop permet d'orchestrer l'ensemble des scénarii de livraison confiés à des transporteurs externes, en fonction des critères prédéfinis et pondérés en amont par les retailers – prix, délai, impact carbone. Ensuite, Mapo, application de planification et d'optimisation de tournées connectée au DMS Woop, facilite l'exécution des livraisons. Le produit Mapo conserve toutes les fonctionnalités qui ont fait connaître Mapotempo, au travers de son interface Web à destination des planificateurs et de son application mobile équipant les chauffeurs-livreurs.

Mapo répond à l'enjeu de l'optimisation des tournées, crucial pour réduire les coûts inhérents à la livraison du dernier kilomètre, tout en permettant un suivi en temps-réel des opérations. Les opérateurs de tournées peuvent ainsi planifier et gérer, en temps réel, l'organisation de leurs activités, depuis la planification jusqu'à l'exécution des livraisons ou des collectes.

Une alternative, simple à déployer, à la planification manuelle, encore trop largement utilisée. Les fonctionnalités de Mapo permettent d'éviter les tournées déséquilibrées et surchargées, et de gérer plus aisément les absences de livreurs ou l'arrivée de nouveaux clients.

Woop sera sur les salons TLM (7 au 9 novembre) et Supply Chain Event (14 et 15 novembre)



Entrepôt



Drive



Fournisseur



Point relais



Magasin



Domicile client

