

Se préparer aux générations Z et Alpha : comment les jeunes générations vont-elles révolutionner la gestion des déplacements et des notes de frais ?

Par Ralph Colunga,

Leader éclairé, Solutions technologiques de gestion des déplacements et des notes de frais, SAP Concur



Sommaire

03 Résumé

04 Introduction

05 Définition des générations

06 Générations Z et Alpha : quelles sont leurs caractéristiques ?

06 Génération Z (née entre 1997 et 2012)

07 Génération Alpha (née entre 2013 et aujourd'hui)

09 Pourquoi ces différences sont-elles importantes ?

10 Préférences technologiques

11 Modes de communication

13 Attentes en matière de durabilité

14 Dans quelle mesure la gestion des déplacements et des notes de frais sera-t-elle affectée ?

17 Conclusion



Résumé

Je travaille dans la gestion des déplacements et des notes de frais depuis plus de 40 ans. Depuis tout ce temps, nous n'avons observé qu'une seule constante dans ce secteur : le changement.

Chaque décennie a apporté son lot de nouvelles attentes, opportunités, technologies et de nouveaux défis, avec l'arrivée d'une nouvelle génération dans le monde du travail. Chaque génération a remis en question les politiques de gestion des déplacements et des notes de frais existantes, qui ont été modifiées en conséquence au fil du temps.

Certains peuvent se demander si ces changements sont vraiment nécessaires. Pourquoi modifier quelque chose qui fonctionne ? Cependant, mon rôle, par le passé et encore aujourd'hui, est de réviser et de moderniser les politiques de gestion des déplacements et des notes de frais de nombreuses entreprises. Cela implique souvent de prendre du recul par rapport à une approche draconienne, élaborée selon des règles et réglementations sans fin, et parfois en contradiction entre elles. Ce type de politiques ne peut être source que de frustration, de frictions et de méfiance.

Ce qu'il faut retenir, c'est que chaque entreprise doit s'adapter pour survivre et prospérer dans un environnement économique en constante mutation. Ce que l'on considère comme le futur arrive à grands pas, et la gestion des déplacements et des notes de frais sera radicalement différente de ce que nous connaissons aujourd'hui. La plupart de ces changements seront véhiculés par l'évolution de la démographie et des attentes des collaborateurs.

Le fait de réfléchir à la façon dont la génération Y a révolutionné les déplacements professionnels permet de mettre en perspective les changements à venir. Par exemple, alors que j'étais directeur de la gestion des déplacements et des notes de frais, un groupe majoritairement composé d'individus de la génération Y a insufflé plusieurs changements, dont :

- L'introduction du « bleisure » (la contraction de « business » et « leisure », ou de « travail » et « loisir » en français)
- L'acceptation des prestataires de services partagés, du local au transport terrestre
- La hausse du recours à des applications de voyage avancées et à des fournisseurs de voyage aux technologies de pointe
- La préférence pour les moyens de paiement numériques
- La démocratisation des réseaux sociaux, et notamment leur utilisation en tant que plateforme pour le service client et les avis client

À mesure que la génération Y franchit les échelons de l'organisation, elle finira par être chargée de l'ajustement des politiques de gestion des déplacements et des notes de frais, ainsi que des processus, afin de répondre aux attentes de ses collègues de la génération Z et, à terme, de la génération Alpha. Et ne vous y trompez pas : les attentes de ces générations seront bien différentes des précédentes.

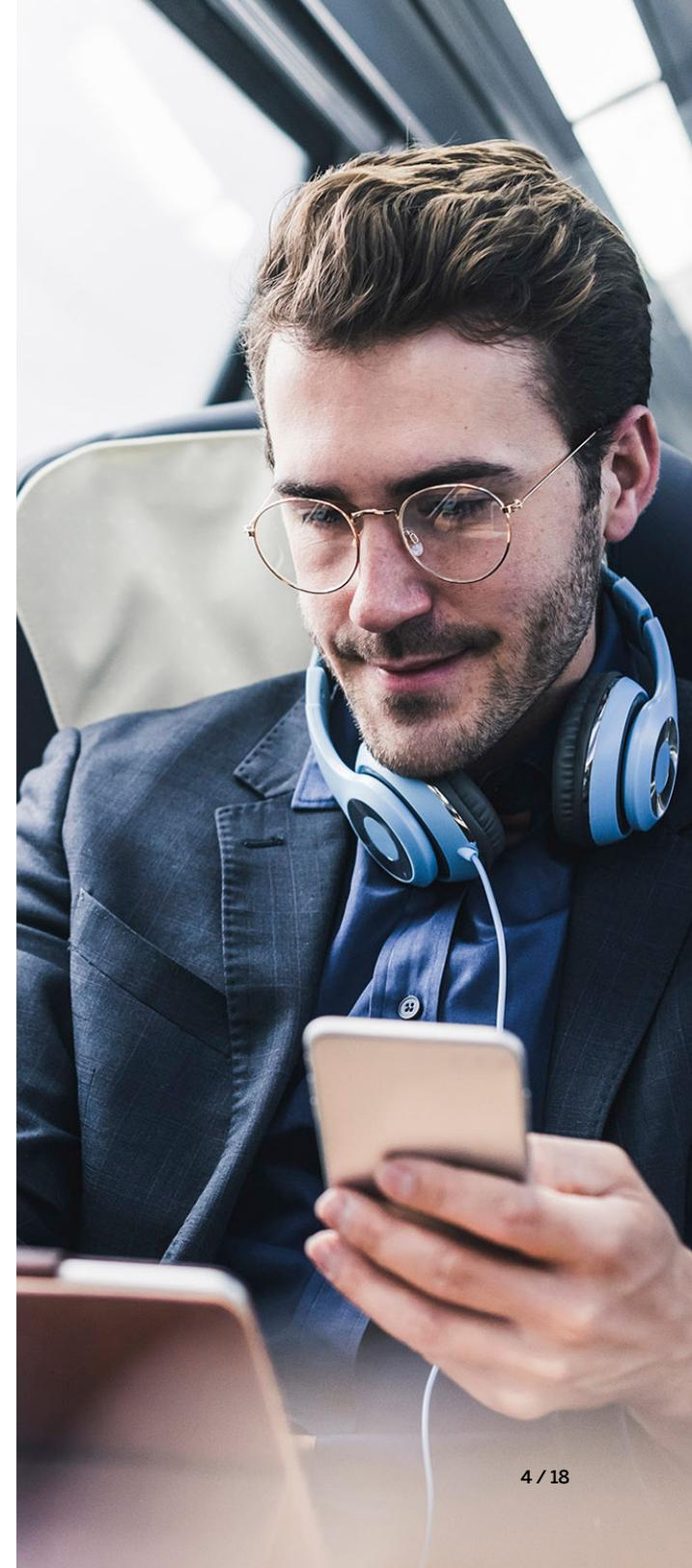
Introduction

Lorsque j'ai rejoint une grande entreprise de logiciels basés sur le cloud en 2008, l'âge moyen des collaborateurs était de 27 ans, soit l'âge des plus vieux membres de la génération Y. J'avais deux fois cet âge (et quelques années de plus). En tant que nouveau directeur de la gestion des déplacements et des notes de frais, j'ai dû rapidement comprendre les voyageurs d'affaires de cette génération, répondre à leurs besoins et communiquer.

J'ai dû m'adapter : réfléchir et agir différemment si je voulais survivre dans ce nouvel environnement.

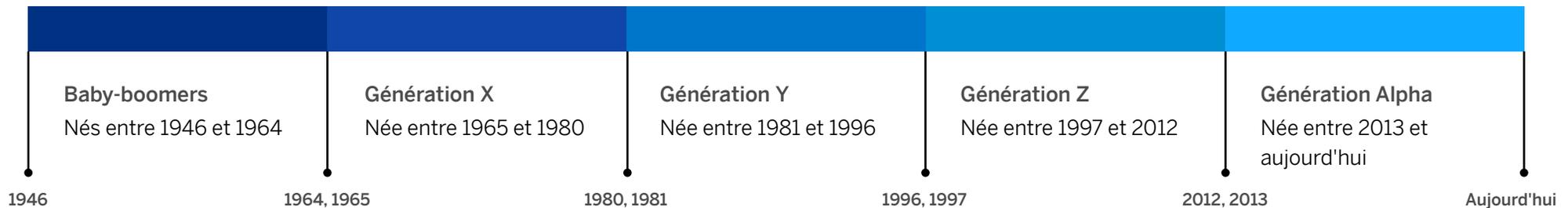
Je n'avais aucune chance de réussir en me contentant d'expliquer à mes collègues de la génération Y comment se passait la gestion des dépenses et des notes de frais dans une entreprise. Je devais reconnaître et respecter la façon dont ils travaillaient le mieux. Je devais les écouter. Je devais oublier la vieille mentalité consistant à commander et tout contrôler, et adopter une approche qui leur permettrait de gagner en autonomie et de faire des choix. J'ai appris à proposer plutôt qu'à imposer : leur énoncer une proposition de valeur, puis les encourager à prendre la bonne décision en fonction de leurs propres besoins.

D'autres changements sont à prévoir. En 2025, on [estime](#) que la génération Z composera environ 27 % des effectifs des pays de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), avec une moyenne d'âge de 27 ans. Les plus âgés des membres de la génération Y auront alors 45 ans. Et en 2030, la génération Z représentera la majorité du personnel, tandis que la génération Alpha commencera à entrer dans le monde du travail. Cela a comme un air de déjà-vu, selon moi.



En quoi est-ce important ? Comme nous le savons, chaque génération se construit dans une période sociale et culturelle unique. Les différences qui distinguent chaque génération apporteront inévitablement leur lot de changements sur le lieu de travail. Les responsables de la gestion des déplacements et des notes de frais, comme je l'ai appris en 2008, devront réagir en conséquence. Nous devons nous adapter aux attentes et expériences des jeunes générations. Nous devons modifier nos modes de travail pour répondre aux besoins des voyageurs d'affaires, et non l'inverse.

Définition des générations¹



1. Pew Research Center, 2019 : [Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins](#) (Définition des générations : en quelle année se termine la génération Y et commence la génération Z ?)



Génération Z et Alpha : quelles sont leurs caractéristiques ?

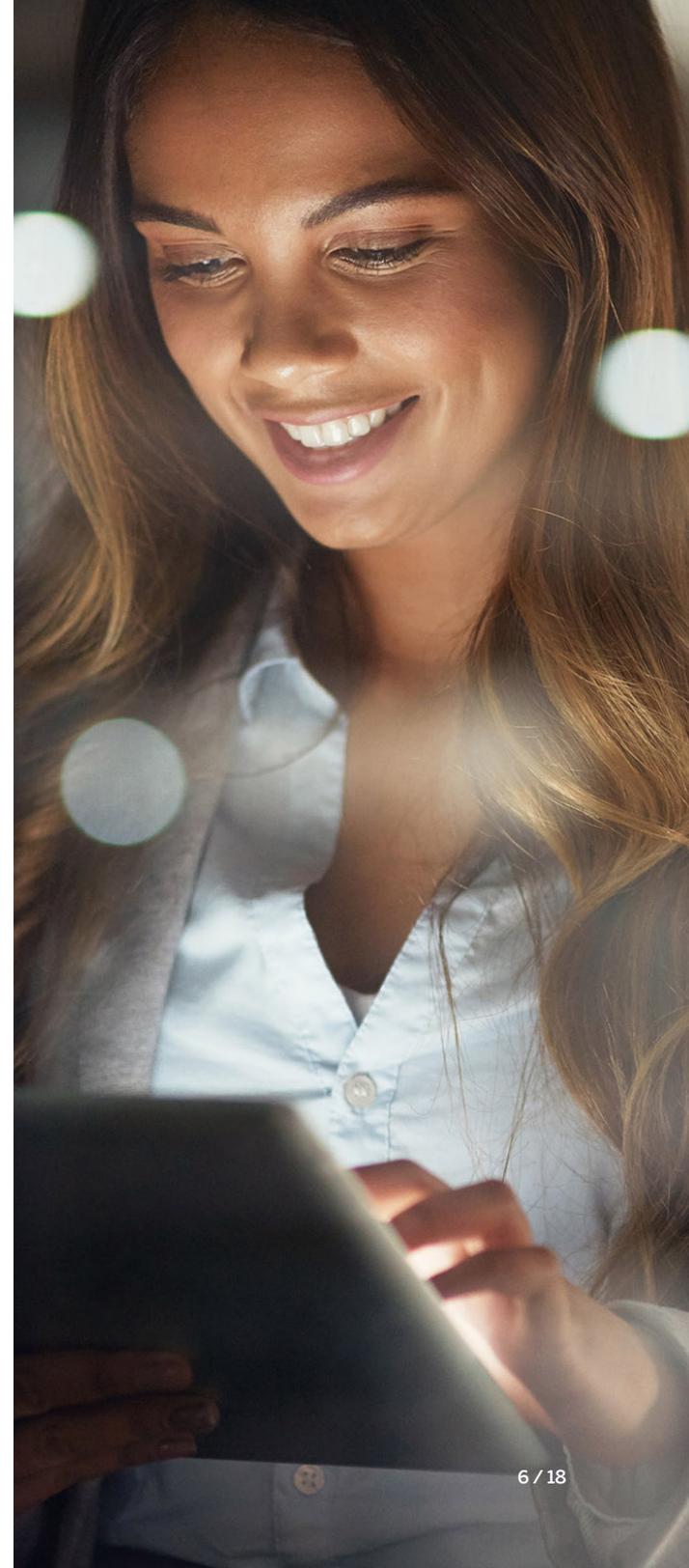
La plupart des responsables de la gestion des déplacements et des notes de frais actuels des grandes entreprises sont des baby-boomers ou des membres de la génération X. Ils seront donc bientôt à la retraite. Leurs collègues de la génération Y se préparent à prendre la relève pour gérer leurs pairs des générations Z et Alpha (celles qui ont grandi à l'ère du numérique, à divers niveaux d'immersion).

Mais que savons-nous véritablement des générations Z et Alpha ?

Génération Z (née entre 1997 et 2012)

Quelques ressources d'experts et d'enquêtes nous aident à faire la lumière sur ce que nous pouvons attendre des collaborateurs de la génération Z. Par exemple, Roberta Katz, maître de recherche à l'Université de Stanford, a expliqué dans un [récent entretien](#) : « Pour ceux qui ont des collègues appartenant à la [génération Z], mon conseil est de reconnaître que ces nouveaux collègues sont habitués à travailler de manière collaborative et flexible, afin d'optimiser leur efficacité. Ils sont pragmatiques et valorisent la communication directe, l'authenticité et la pertinence. Ils accordent également de l'importance au bien-être. Ils sont peut-être plus susceptibles que les générations précédentes au même âge de remettre en question les règles et l'autorité, car ils ont l'habitude de trouver ce dont ils ont besoin par eux-mêmes ».

Selon une [enquête Pew Research Center](#), la génération Z est moins susceptible d'abandonner le lycée, plus susceptible de s'inscrire à l'université, plus diversifiée sur le plan ethnique, et plus progressiste politiquement que les générations précédentes.



De plus, l'[enquête SAP Concur Global Business Travel de 2022](#)

présente quelques [points à retenir](#) vis-à-vis des attentes de la génération Z en matière de déplacements professionnels :

- Au moment de l'enquête, seuls 36 % des voyageurs d'affaires de la génération Z dans le monde étaient satisfaits de leur calendrier actuel de déplacements professionnels : 42 % souhaitaient voyager plus et 22 % souhaitaient voyager moins.
- Parmi tous ceux qui étaient mécontents de leur situation actuelle en matière de déplacements professionnels, la génération Z était la plus susceptible d'agir à cet égard (63 %) et celle présentant le plus grand risque de départ (35 %), comparativement à une moyenne de 46 % et 23 %, toutes générations confondues, respectivement.
- De par l'expérience acquise au cours de la pandémie de COVID-19, 94 % des participants de la génération Z considèrent certaines options de voyage et de réservation comme essentielles pour leur entreprise, afin de protéger leur santé et leur sécurité pendant leurs déplacements professionnels. Leurs principales exigences comprennent la possibilité de choisir leur moyen de transport privilégié (37 %) et de réserver directement sur les sites Web des fournisseurs (37 %), tels que les compagnies aériennes et les hôtels.
- 98 % des participants de la génération Z ont prévu de prendre des mesures pour réduire leur impact environnemental lors de leurs voyages d'affaires au cours des 12 prochains mois, tandis que 22 % envisagent de refuser un déplacement si ce dernier nécessite de recourir à des options non durables.

Génération Alpha (née entre 2013 et aujourd'hui)

On [estime](#) que, d'ici 2025, la génération Alpha sera composée de plus de deux milliards d'individus à travers le monde, devenant ainsi le plus large segment démographique de l'Histoire. Les individus de cette génération n'étant encore que des enfants, nous n'avons pas encore pu déterminer leurs caractéristiques communes. Cependant, nous pouvons commencer à réfléchir à la façon dont leur environnement participera à leur construction.

Par exemple, on s'[attend](#) à ce que la génération Alpha soit la plus immergée dans les technologies. Très tôt, leur monde est inondé d'innovations technologiques (terminaux mobiles, intelligence artificielle [IA], Machine Learning, réseaux sociaux, expériences connectées et robotique). On [estime](#) que, dès l'âge de 10 ans, leurs compétences technologiques dépasseront celles de leurs parents (largement issus de la génération Y).

[Selon](#) Ashley Fell, chercheuse en sciences sociales et coautrice de « Generation Alpha », la technologie peut permettre à la génération Alpha de se sentir capable d'œuvrer pour ce en quoi elle croit. Compte tenu de son accès à l'information, on s'[attend](#) à ce que la génération Alpha dépasse la génération Z comme étant la génération dotée du plus haut niveau d'éducation. En effet, il est possible que la génération Alpha mûrisse plus vite que les générations précédentes en raison d'une prise de conscience accrue, entre autres.

Bien que générales, ces caractéristiques sont importantes pour

reconnaître et comprendre les générations Z et Alpha. Elles aideront les responsables de la gestion des déplacements et des notes de frais à élaborer des programmes adaptés dans les années à venir.

Potentielles caractéristiques des générations Z et Alpha :

Génération Z	Génération Alpha
Pilote qui se soucie profondément des autres	Priorise la technologie
S'efforce de créer une communauté diversifiée	Utilise régulièrement les réseaux sociaux
Très collaborative et sociable	Valorise l'acceptation sociale
Valorise la flexibilité et l'authenticité	Exige la personnalisation
Préfère un leadership non hiérarchique	Maîtrise l'apprentissage numérique
Pragmatique	Potentiellement super-multitâche



Pourquoi ces différences sont-elles importantes ?

Dans le monde des affaires, et en tant que responsables, nous devons apprendre de chacune des générations, y compris de leurs attentes, afin de trouver un terrain d'entente et d'assurer la réussite de notre organisation. Cependant, même si nous devrions toujours adopter cette approche vis-à-vis de la gestion des déplacements et des notes de frais, en tant que fonction de prestation de services, ce n'est souvent pas le cas.

Comme l'a indiqué à juste titre Oren Geshuri (Deloitte) lors d'une présentation à l'occasion de la convention Global Business Travel Association (GBTA) de 2019 : « Au final, la plupart des programmes de déplacements professionnels sont axés sur les générations précédentes de voyageurs, et la plupart des entreprises s'accrochent à des politiques et processus d'un autre âge ».

C'est une énorme erreur pour tout programme de gestion des déplacements et des notes de frais. Même si les fondamentaux restent sensiblement les mêmes, l'approche et la méthodologie devraient, elles, évoluer. Elles devraient reposer, du moins en partie, sur les besoins générationnels. Dans le cas contraire, l'organisation court le risque de générer de l'insatisfaction au sein de son personnel. « À mesure que les générations Y et Z montent dans la hiérarchie, les entreprises devront inévitablement faire évoluer leurs programmes et adopter une approche plus flexible qui correspond aux jeunes générations », a déclaré Oren Geshuri.

En tant que gestionnaire des déplacements, j'ai compris au fil du temps que mon rôle n'était pas de contrôler les programmes ou politiques, mais plutôt d'être un conseiller de confiance pour les directions métier et de me consacrer à l'élimination des points de friction dans les programmes de gestion des déplacements et des notes de frais.



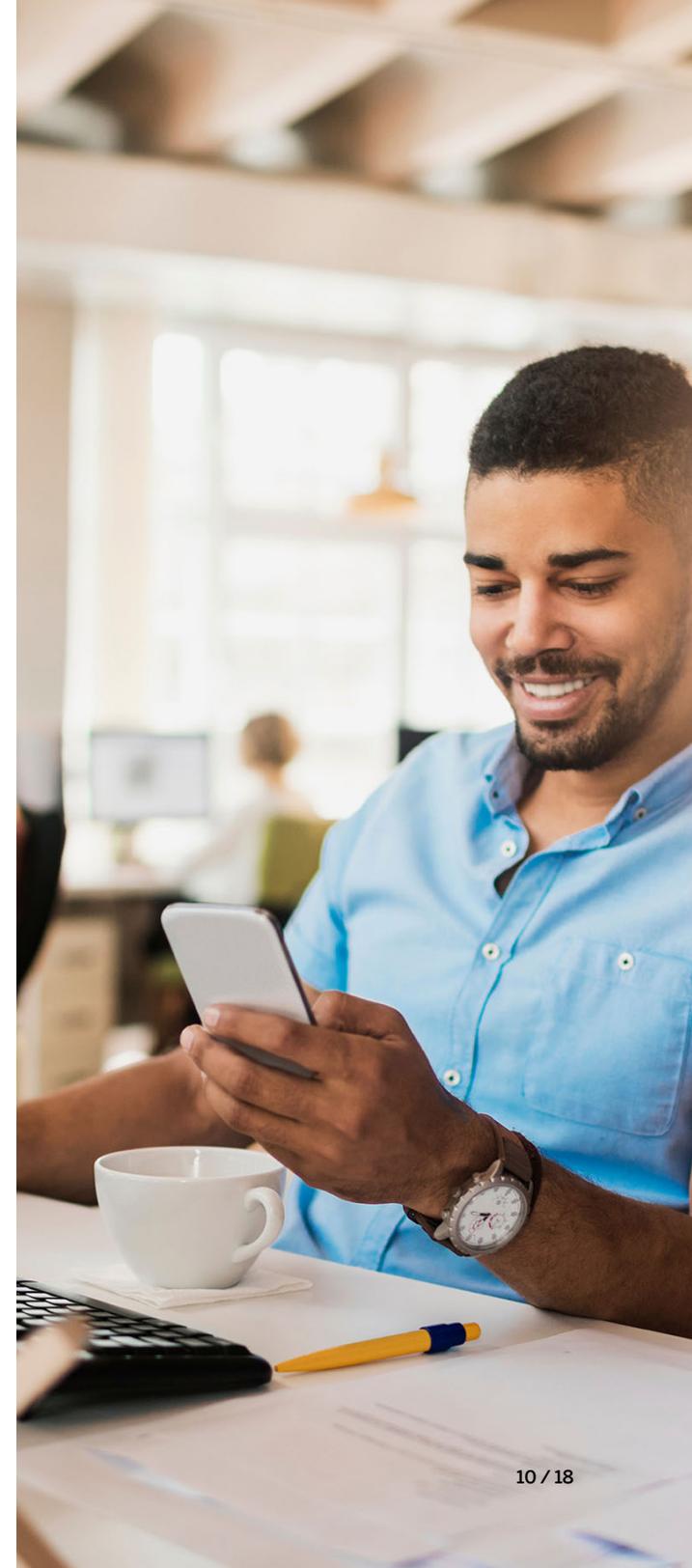
Basés sur les caractéristiques des générations Z et Alpha que nous venons de voir, voici quelques paramètres à prendre en compte dans le cadre d'un programme de gestion des déplacements et des notes de frais d'une organisation.

Préférences technologiques

L'innovation technologique s'accélère plus rapidement que ce que l'on aurait cru possible, de façon plus ou moins subtile. L'intelligence artificielle est là. Elle impacte, influence et enrichit nos vies, même si nous ne nous en rendons pas toujours compte. L'automatisation révolutionne les rôles et les responsabilités sur le lieu de travail. Et la prolifération des terminaux, de l'innovation technologique et des données a, à son tour, entraîné une accélération de la demande en matière de sécurité renforcée, afin de protéger nos informations personnelles, et de clarté quant à la façon dont ces dernières sont consultées et utilisées.

Comme indiqué précédemment, les générations Z et Alpha évoluent en totale immersion dans cet environnement, qui façonne leurs préférences et attentes en matière de technologie. Selon une [enquête](#) réalisée à la demande de LivePerson, 65 % des participants de la génération Z préfèrent communiquer par voie numérique qu'en personne. En parallèle, une [enquête](#) réalisée par IBM Institute for Business Value a révélé que 75 % des membres de la génération Z préfèrent utiliser un smartphone si on leur laisse le choix.

En outre, la technologie est susceptible de façonner les attentes de la génération Z en matière de personnalisation, notamment concernant la façon dont leur entreprise et leurs responsables abordent les opportunités de développement et le parcours de carrière. Selon [Deloitte](#), « Les employeurs devront s'attacher à comprendre les comportements et tendances d'une génération qui attend bien plus de personnalisation quant à la façon dont elle est traitée par l'employeur ».

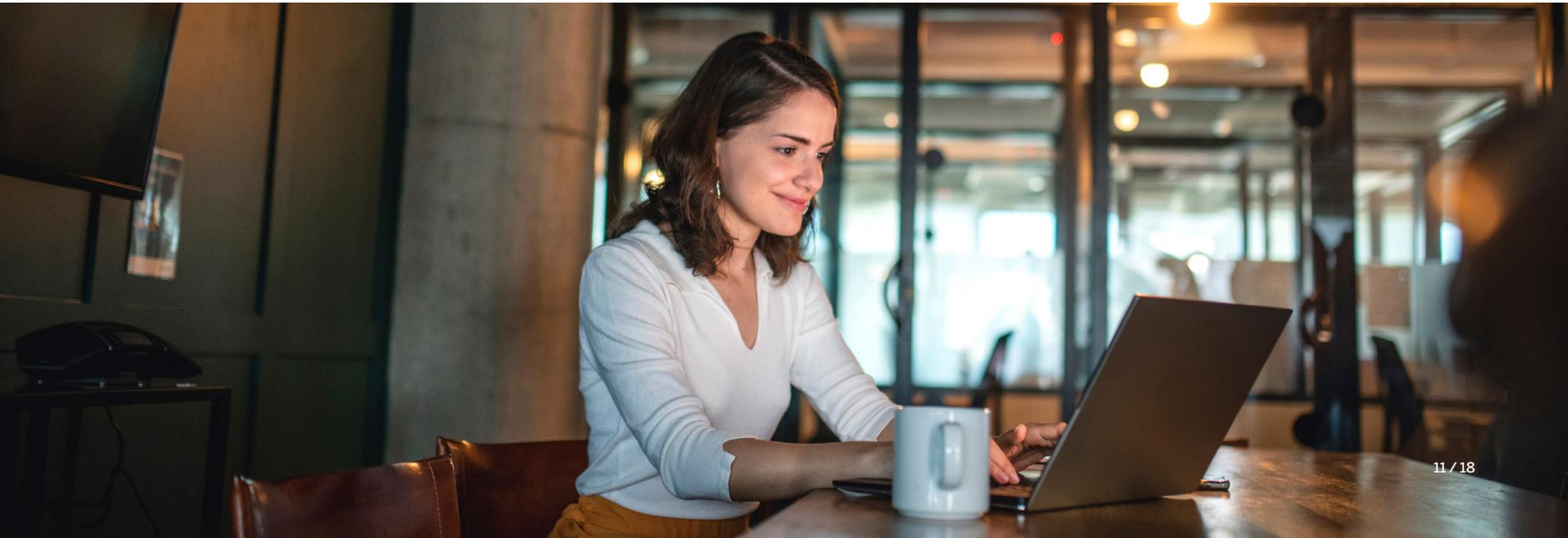


Concernant la génération Alpha, il est difficile de prévoir leurs préférences technologiques, car les technologies qu'ils utiliseront à leur sortie du lycée et de l'université seront potentiellement très différentes de celles disponibles aujourd'hui. Cependant, si l'on se sert des générations Y et Z comme des indicateurs, nous pouvons supposer que les technologies d'aujourd'hui, et la façon dont elles commencent à évoluer, auront un impact sur les attentes de la génération Alpha quant au lieu de travail. C'est en suivant les tendances technologiques que nous pourrons répondre aux attentes des jeunes générations.

Modes de communication

L'une des différences les plus marquantes des nouvelles générations, soit les générations Z et Alpha, sera leurs modes de communication privilégiés.

En tant que responsable de la gestion des déplacements et des notes de frais, j'ai compris l'importance d'utiliser les mots et les moyens adéquats selon le destinataire. Je supposais, à tort, que tout le monde préférerait les e-mails. La génération Y m'a poussé à adopter une plateforme sociale interne pour les communications, puis des applications de messagerie et de collaboration comme Skype, Slack et Microsoft Teams.



Mais ce qui a fonctionné pour la génération Y ne fonctionnera pas nécessairement pour la génération Z. Et ce qui fonctionnera pour la génération Z ne fonctionnera pas nécessairement pour la génération Alpha. Cependant, on peut supposer qu'un univers où règnent l'ultra rapidité d'Internet et des vitesses de téléchargement, ainsi que la prolifération des smartphones et des applications mobiles, influencera les attentes des générations Z et Alpha vis-à-vis de la communication sur le lieu de travail. Par ailleurs, selon mon expérience, chaque génération et ses modes de communication privilégiés ont conduit à des contacts plus courts, plus fréquents et plus directs entre les collaborateurs. Et il est fort probable que les générations Z et Alpha poursuivent cette tendance, compte tenu de leurs modes de communication et terminaux de prédilection.

En fait, [selon](#) Dan Schawbel, auteur à succès et directeur associé de Workplace Intelligence, la communication avec la génération Z doit être concise et visuelle : « Nous disons à nos partenaires publicitaires qu'ils ne toucheront pas cette génération s'ils n'utilisent pas une grande image et un maximum de cinq mots pour communiquer. ».

De plus, une [étude](#) McCrindle suggère que la « [génération Alpha n'a pas] besoin des mêmes structures d'autorité, hiérarchies ou approches traditionnelles du pouvoir, car nous sommes dans une ère plus collaborative. Étant donné qu'elle est la génération la plus experte en technologies numériques, et que la robotique se démocratise, les compétences interpersonnelles deviendront plus importantes que jamais pour [la génération Alpha] ».



Attentes en matière de durabilité

L'**étude** Deloitte a révélé que 77 % des participants de la génération Z déclarent qu'il est important pour eux que les valeurs de leur entreprise soient alignées avec les leurs. Selon Deloitte, « Pour gagner le cœur de la génération Z, les entreprises et employeurs devront mettre en avant leurs efforts pour devenir de bons citoyens du monde ». Cela vient renforcer les conclusions de l'[enquête SAP Concur Global Business Travel de 2022](#). Comme indiqué précédemment, 98 % des participants de la génération Z ont prévu de prendre des mesures pour réduire leur impact environnemental lors de leurs déplacements professionnels au cours des 12 prochains mois.

Le délai sur lequel de nombreux pays se sont engagés à réduire leurs émissions de gaz à effet de serre, conformément à l'Accord de Paris, approchant à grands pas, la durabilité doit demeurer une priorité absolue pour les entreprises. Et, il faut reconnaître ce qui est, les générations Y, Z et Alpha prennent des mesures significatives pour faire accélérer ces efforts, notamment en augmentant la pression sur le secteur privé.

Bien que le sujet ait été abordé pendant une grande partie de ma carrière, en à peine quelques années, la durabilité est devenue un facteur essentiel de la marque et de la mission de nombreuses entreprises. Je peux personnellement dire, et nombre de mes pairs continuent d'en être témoins, que l'époque où l'on se contentait de la compensation carbone ou de la création de messages d'accroche est révolue. La durabilité est aujourd'hui un impératif opérationnel. Les entreprises définissent des objectifs réalistes et ciblés, prennent des mesures tangibles et mesurables, et génèrent des résultats quantifiables dans le but de minimiser leur impact environnemental.

Les entreprises reconnaissent cette valeur fédératrice partagée par les jeunes générations, et elles trouvent une opportunité dans ce défi. En effet, agir pour la planète ne peut être que bon pour les affaires. Et cette tendance n'est pas prête de s'arrêter, au contraire, à mesure que la génération Z puis Alpha entreront dans le monde du travail.



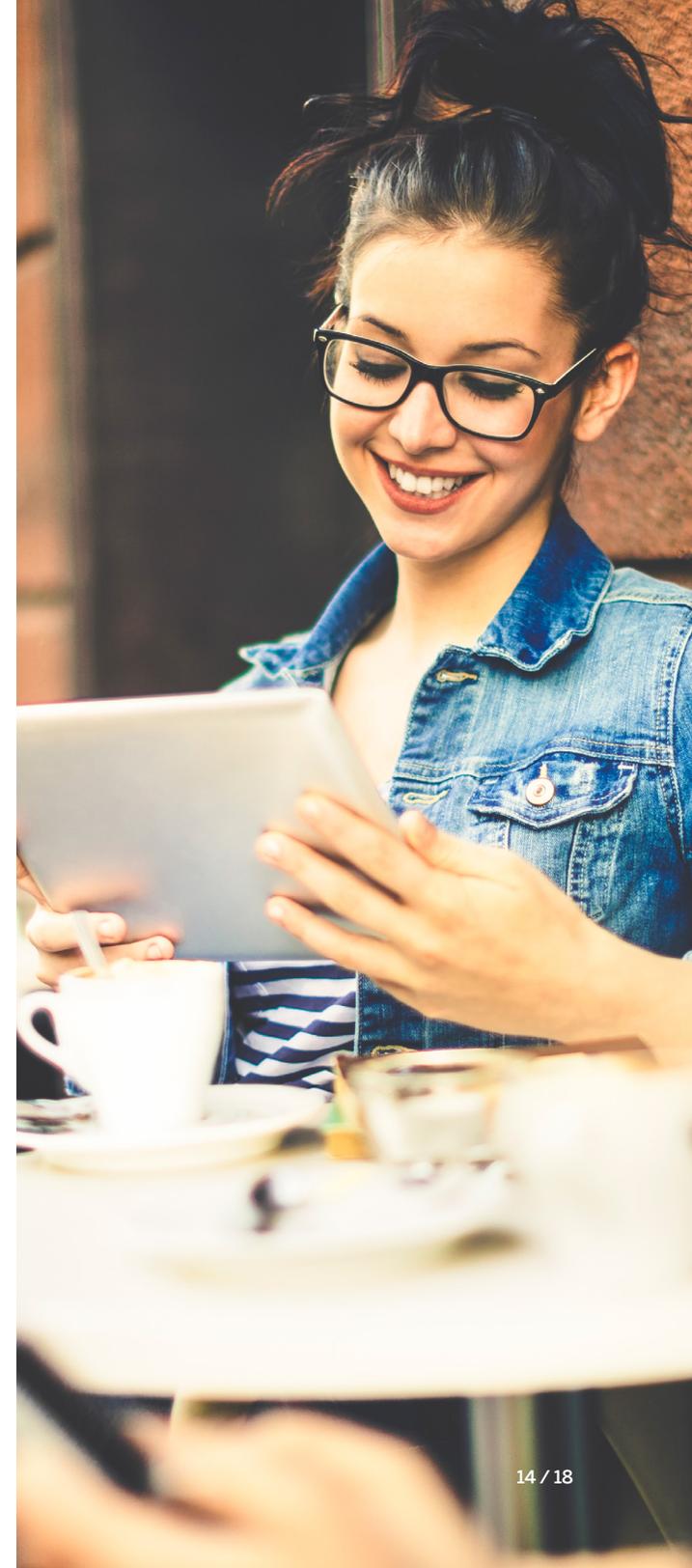
Dans quelle mesure la gestion des déplacements et des notes de frais sera-t-elle affectée ?

Comment les changements insufflés par les générations Z et Alpha, y compris l'impact de leurs préférences technologiques, modes de communications et attentes en matière de durabilité, façonneront-ils les bonnes pratiques dans le cadre de la gestion des déplacements et des notes de frais à l'avenir ? C'est la grande question.

Bien que cela puisse paraître stratégique à première vue, les initiatives visant à adopter les dernières technologies ou à définir des objectifs de durabilité mesurables peuvent avoir un impact direct sur l'attraction et la fidélisation des talents. Imaginez que vous commencez un partenariat avec une grande entreprise. Le premier jour, vous apprenez qu'elle communique par fax, et non par e-mail. Il est probable que votre partenariat ne dure pas très longtemps. Les entreprises et leurs programmes de gestion des déplacements et des notes de frais ne peuvent être optimisés que par le changement. Et le plus tôt sera le mieux.

L'impact des générations Z et Alpha sur le lieu de travail dépendra des technologies et des modes de communication existants, ainsi que de l'avancée de l'entreprise dans son parcours de durabilité. Les responsables de la gestion des déplacements et des notes de frais doivent lancer des discussions avec les partenaires commerciaux, l'administration et les autres membres de la direction de l'entreprise, afin de poser la situation actuelle et de déterminer l'orientation à prendre en matière de gestion des déplacements et des notes de frais.

Au cours de ces échanges, il est nécessaire de s'accorder sur les changements pratiques pouvant être mis en œuvre dans le cadre des technologies de gestion des déplacements et des notes de frais et des efforts en matière de durabilité, ainsi que sur l'allocation du budget. C'est indispensable pour répondre aux besoins des jeunes générations. Par ailleurs, il est important de souligner que ces changements auront un impact sur les collaborateurs ainsi que sur les performances de l'entreprise.



Il peut être utile d'examiner et d'échanger sur les questions suivantes :



Les politiques de gestion des déplacements et des notes de frais et le modèle de gouvernance actuels de l'entreprise sont-ils à la hauteur des futures attentes des collaborateurs ?



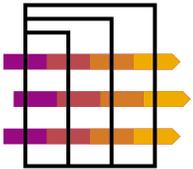
Comment pouvons-nous aligner davantage nos processus et politiques de gestion des déplacements et des notes de frais sur la demande croissante de flexibilité et de contrôle émanant de nos voyageurs d'affaires ? ([Consultez cette ressource](#) pour élaborer et mettre à jour votre politique de gestion des déplacements et des notes de frais.)



De quelles technologies de gestion des déplacements et des notes de frais disposons-nous, et lesquelles devrions-nous adopter ou intégrer pour mieux répondre aux futurs besoins et attentes (par ex. : applications mobiles, blockchain, IA, Machine Learning, biométrie) ?



Sommes-nous suffisamment préparés aux risques de sécurité et au besoin croissant de confidentialité des données ?



Comment l'adoption des technologies peut-elle s'appuyer sur ou améliorer l'expérience collaborateur (par ex. : en modernisant la plateforme ou les processus d'enregistrement des notes de frais) ?



Comment la gestion des déplacements et des notes de frais peut-elle atteindre des objectifs de durabilité organisationnelle plus larges (par ex. : en éliminant les justificatifs papier, en privilégiant les moyens de transport durables dans la mesure du possible, en communiquant les informations liées à la durabilité des options de déplacement au moment de la réservation, en limitant les émissions de gaz à effet de serre pour définir des objectifs) ?



Comment faire de la personnalisation un élément clé de nos politiques et processus de gestion des déplacements et des notes de frais (par ex. : en permettant de réserver directement auprès des fournisseurs, en acceptant plusieurs canaux de réservation en fonction des préférences des collaborateurs) ?

Par le passé, cette approche a apporté de nombreux avantages à mon organisation, et elle m'a personnellement aidé à affiner mes compétences en matière de leadership. La direction était ravie que notre service soit perçu comme étant collaboratif, et elle avait confiance en nous et en notre capacité à prendre des décisions alignées sur les besoins des collaborateurs.

Bien que l'incertitude économique actuelle puisse nous imposer quelques limites, notre rôle est de conseiller avec un certain degré d'urgence réaliste. Les générations Z et Alpha entreront sur le marché du travail sous peu. Elles apporteront de nouvelles visions et attentes. Chargé de la gestion des déplacements et des notes de frais pendant la Grande Récession, j'ai appris que ces conversations et changements ne peuvent pas toujours attendre que l'incertitude se dissipe. De plus, le paysage économique est aujourd'hui beaucoup plus complexe, avec des déficits de compétences accrus et des défis permanents en matière d'acquisition et de fidélisation des talents. Il est donc particulièrement urgent d'anticiper les attentes des jeunes générations. Les entreprises doivent changer, et vite, pour y répondre.



Conclusion

La représentation de plus en plus marquée des générations Z et Alpha dans les organisations est un moment charnière pour instaurer le changement. Saisissez cette opportunité !

Tandis que les piliers fondamentaux des programmes de gestion des déplacements et des notes de frais (soit la conformité, la gouvernance des dépenses, l'expérience collaborateur et l'optimisation des processus) resteront cohérents, ce changement de paradigme impliquera une modernisation de l'approche de la gestion des déplacements et des notes de frais et des processus de bout en bout. Je sais par expérience que le changement peut être un processus complexe. Mais je suis convaincu que changer pour les bonnes raisons est toujours le bon choix.

Afin de mieux répondre aux besoins des jeunes générations sur le lieu de travail, et de favoriser la réussite continue de nos entreprises, il est capital de privilégier l'apprentissage, la compréhension et l'engagement. Nous pourrons ainsi diriger avec audace et innovation, et redéfinir nos programmes de gestion des déplacements et des notes de frais en ajustant les politiques, en simplifiant et en automatisant les processus, en éliminant les points de friction et en marquant une différence positive.

Ce faisant, nous apporterons résilience et adaptabilité à nos programmes de gestion des déplacements et des notes de frais, et à notre organisation au sens large, pour les années à venir.



À propos de SAP Concur

Leader mondial des solutions intégrées de gestion des frais, factures et déplacements professionnels, SAP® Concur® a pour objectif premier de simplifier et d'automatiser ces processus quotidiens. L'application mobile SAP® Concur® aide les collaborateurs dans leurs déplacements professionnels. Les frais sont directement renseignés dans des notes de frais et les approbations de factures sont automatisées.

En intégrant des données quasiment en temps réel et en utilisant l'IA pour analyser les transactions, les entreprises peuvent observer leurs dépenses, renforcer leur conformité et éviter d'éventuels angles morts dans leur budget. Les solutions SAP Concur permettent d'éliminer les tâches fastidieuses et de faciliter les tâches actuelles tout en aidant les entreprises à optimiser leurs processus.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur concur.fr ou sur le [blog SAP Concur](#)