



Услуги SCM, предоставляемые предприятиям

Разработка методов, позволяющих:

- увеличить объем продаж;

- сократить расходы.

I. Как увеличить объем продаж?

Мы действуем в 2 этапа:

1. Составление "истории" продаж по периодам, по секторам и по проданным товарам. Зачастую эта история уже существует (по крайней мере в целях бухгалтерского учета), но необходимо удостовериться, чтобы данные были доступны с нужной частотой и в удобном формате (например, в электронных таблицах Excel).

Такая история сама по себе является очень полезным инструментом для прогнозирования. Она действительно позволяет составлять прогнозы продаж по периодам, секторам и товарам, и следовательно позволяет задавать необходимый размер производства, логистику и численность кадров.

2. Анализ взаимосвязи рекламной кампании с историей продаж.

Допустим, реклама конкретного продукта была проведена в определенное время. Какое воздействие она оказала на покупателей по сравнению с предыдущей рекламой? Или допустим, у одного коммерсанта клиентов мало, но они постоянные, тогда как у другого их много, но они не являются постоянными. У какого коммерсанта будет лучшая прибыль?

Любые маркетинговые методы (реклама, рассылки, презентации и т. д.) также могут быть проанализированы, опираясь на историю продаж. Таким образом, мы можем выявить методы, которые оказались наиболее эффективными.

II. Как сократить расходы функционирования?

Любому предприятию, будь оно сельскохозяйственным, промышленным или из сферы услуг, характерны производственные процессы. Предметы, продукты питания, информация приобретаются и подвергаются дальнейшей обработке до производства конечной продукции: как для производства автомобиля, так и для одежды, как для работы кооператива, так и для разработчика видео игр.

Эти процессы переработки иными словами являются этапами производства: это может быть как действие машины, так и подготовка упаковки.

Но как все эти процессы переработки сходятся в конечную продукцию? Зачастую, предприятия склонны рассматривать их по отдельности: слишком медленная машина будет заменена более быстрой. Однако, необходимо анализировать все в совокупности. Синхронны ли все эти процессы? Совместимы ли они между собой? К чему, например, приобретать более быструю машину, если мы не можем надлежащим образом снабдить ее сырьем, или если машина на последнем этапе производства не работает с той же скоростью.

Здесь также мы действуем в 2 этапа:

1. Внедрение показателей, характеризующих различные процессы.

Данными показателями могут быть: количество деталей, которое приходится на производство определенной машины; процент занятости конкретного ателье; количество часов, отводимых ежегодно на определенную задачу. Для использования данных показателей необходимо, чтобы они были значимыми, и чтобы их число было разумным.

2. Использование информации показателей.

Показатели предоставляют общую панораму функционирования предприятия; она не сводится к простой бухгалтерской точке зрения. Имея перед собой такую панораму, мы можем выявить, какие из процессов являются перегруженными, а какие недостаточно задействованными. Мы больше не ограничиваемся местной деятельностью, нам необходимо иметь глобальное представление.

Так, мы можем осуществлять имитационное моделирование: если мы внесли какое-то изменение в определенный процесс, благодаря, например, покупке новой машины, каким будет воздействие на этот процесс? Таким образом, это позволит нам видеть положительные и отрицательные аспекты, и мы можем принимать решения со знанием причины.

Будь то анализ продаж или производственных процессов, наши услуги всегда включают в себя 2 фазы:

1. Сбор информации;

2. Использование информации.

Выявление существенной информации, ее сбор и представление различных процессов

является **моделированием** ;

Рассмотрение различных решений, изменяя некоторые параметры и исследование последствий сделанных выборов

является **имитационным моделированием** ;

Определение лучшего решения и его внедрение

является **оптимизацией**.

III. Разработка интегрированного и документированного программного обеспечения

В конечном счете, вся наша работы выражается в виде специализированного программного обеспечения, объединяющего различные модули: 2 модуля сбора информации (один для продаж, второй для процессов функционирования) и 2 модуля обработки информации. Это программное обеспечение может быть реализовано, например, при помощи макрокоманд Excel, или же при необходимости мы можем прибегнуть к статистическим процедурам.

Это программное обеспечение становится собственностью клиента, он может использовать его по своему усмотрению, в том числе интегрировать его в свой персональный компьютер. Мы предоставляем исходный код программы, и, что более важно, алгоритмы ее составления: методы, которые были использованы.

Руководство по эксплуатации, напечатанное на бумаге является обязательным дополнением к любому программному обеспечению, в противном случае, как показал опыт, оно очень быстро прекращает использоваться. Итак, инструмент предназначен для пользования непрофессионалами. Поэтому мы пишем очень подробное руководство к использованию, объясняющее точно и в ясных терминах, для чего служит это программное обеспечение, как его запустить, как обеспечить его нормальную работу и т. д. Мы ручаемся обучить персонал, как использовать данную программу и как интерпретировать результаты.

IV. Список литературы: механизмы принятия решений

- Syndicat Interdépartemental pour l'Assainissement de la Région Parisienne (SIAAP) : Prétude de faisabilité concernant la réalisation d'un outil d'aide à la décision pour la régulation du réseau du SIAAP, 2001.
- Etat Major de l'Armée de l'Air, Ministère de la Défense : Réalisation d'un outil d'aide à la prévision des engagements de dépenses, avec manuel utilisateur, 2002.
- Laboratoires Merck, Sharp & Dohme-Chibret : Réalisation d'un outil d'analyse des différentiels de prix entre plusieurs pays, avec manuel utilisateur, 2002.
- En collaboration avec le Laboratoire de Statistiques de l'Université Paris 6, dans le cadre d'un projet européen : développement d'un outil logiciel de gestion des risques extrêmes, avec manuel utilisateur, 2002.
- Veolia Environnement : Dimensionnement du réseau d'assainissement de Brest à horizon 2015, 2003-2005.
- Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, 2004 : Réalisation d'un outil de replanification pour la Bande FM.
- EdF, 2005 : Gestion de la production ; optimisation sous contraintes probabilistes.
- Veolia Environnement, 2005 : Analyse des pénuries d'eau en Vendée.
- Veolia Transport, 2005-2008 : Algorithmie pour la définition d'un réseau de transport collectif urbain.
- Réseau de Transport d'Electricité, 2008 : Méthodologie probabiliste relative à une décision d'investissement.
- Société Vinci, 2008 : Analyse et simulation des répartitions des emplois et résidences dans une ville en fonction des temps de transport.
- Société Sodebo, 2008-2009 : Méthode probabiliste pour la prévision des évolution de prix pour certaines céréales.