

# Réunion de cadrage

## Analyse des données de ventes

**Daniel**

Responsable & directeur  
Supply Chain

**Vous**

Supply Chain Data Analyst

- *Pourquoi souhaitez-vous lancer ce projet maintenant ?*

Ces derniers mois, la volatilité de la demande a énormément augmenté. Certains produits ont vu leur volume de vente doubler sur le dernier trimestre, alors que d'autres ont quasiment arrêté de se vendre (diminution de 80 % des volumes).

Ces tendances sont globales, mais il faut ajouter à cela les différences de la demande selon les canaux de distribution. Pour le produit qui a connu une baisse des volumes de 80 % au global, on constate une hausse importante sur les volumes en e-commerce, et un effondrement des volumes sur les ventes magasins.

**Cela nous pose de gros problèmes en termes de supply chain : nous ne savons plus comment approvisionner au mieux les magasins tout en gardant les stocks suffisants pour le e-commerce.** Beaucoup de certitudes que nous avions sont chamboulées.

- *Quel est le périmètre prioritaire d'analyse concernant les canaux de distribution ?*

**Il est important de comprendre ce qui caractérise les variations de la demande.** C'est cela qui nous permet d'anticiper la volatilité, et de prendre les bonnes décisions concernant les niveaux de stock. **Aujourd'hui, c'est surtout le canal de distribution e-commerce qui nous pose problème.** Pour les autres, nous avons du recul et nous arrivons à comprendre ce qui provoque la volatilité dans la demande. Mais sur le canal e-commerce, nous sommes perdus. Tout va tellement vite, et nous n'avons ni le recul ni les outils pour bien comprendre les caractéristiques de la demande sur les différents produits sur ce canal. **Cela perturbe grandement notre gestion des stocks.**

- *Comment caractérisez-vous la demande sur les différents canaux de distribution ?*

Aujourd'hui, on se sert de l'historique du volume global pour prévoir par produit le volume global à commander. Nous n'avons pas d'approche de

prévision par canal de distribution. **Le canal qui nous pose le plus de problème, c'est clairement le e-commerce.**

- *Selon vous, quels indicateurs permettent de suivre l'évolution des ventes manquées ?*

**Pour déterminer les ventes manquées pour un produit donné, nous pouvons compter le nombre de jours de rupture de stock pour ce produit. Puis nous multiplions ce nombre de jours par le volume moyen vendu pour ce produit sur les 15 derniers jours.** Cela nous donne une estimation de la perte liée à la rupture de stock.

- *Quelles informations vous manque-t-il pour diminuer les ventes manquées ?*

Connaître les prévisions de ventes pour chaque produit pour chaque canal et pour chaque jour à horizon un an ! Ce serait idéal, mais très difficile à avoir... sinon, pas trop d'autres idées.