

Module Logistique et marketing

Chap1 Concepts clés

Concepts clés

MANAGEMENT PAR CATÉGORIES

CATEGORY MANAGEMENT

Développé initialement par les distributeurs pour améliorer la gestion marketing de leurs points de vente, il désigne une démarche de collaboration entre industriel et distributeur pour gérer globalement des ensembles de produits et/ou services (appelés univers) hétérogènes, perçus complémentaires par client

(Par exemple, l'univers bébé d'aliments et articles de puériculture)

Concepts clés

CHAÎNE LOGISTIQUE

Ensemble des entreprises interdépendantes (considérées comme différents maillons de la chaîne) se coordonnant dans la réalisation des activités (approvisionnement, production et distribution) pour assurer la circulation des produits ou services de leur conception à leur fin de vie (SAV et logistique de retrait)

Concepts clés

CO-PACKING

Opération de conditionnement, souvent réalisée par le prestataire logistique dans zone dédiée d'entrepôt, consistant à assembler sous même emballage, produits différents (Par exemple, associer à un ancien produit un échantillon d'un nouveau produit), ou produits identiques (Par exemple, cas d'offres promotionnelles).

Concepts clés

COÛT D'ENTREPOSAGE

Ensemble des charges afférentes aux différentes activités réalisées au sein d'un entrepôt :

**(Charges directes et indirectes de personnel,
Coût de fonctionnement des systèmes
d'information, amortissement des
installations immobilières et mobilières,...)**

Concepts clés

COUT DU CYCLE DE VIE LIFE CYCLE COST

Ensemble des charges afférentes aux différentes activités réalisées depuis la conception jusqu'au démantèlement et/ou recyclage d'un équipement.

Concepts clés

COUT GLOBAL DE POSSESSION

Ensemble des charges afférentes à l'acquisition, à l'exploitation et au maintien en conditions opérationnelles d'un équipement.

Concepts clés

COÛTS LOGISTIQUES

Ensemble des charges liées aux coûts de possession du stock, aux coûts d'entreposage et aux coûts de circulation ou mouvement produits

Concepts clés

GESTION DE LA RELATION CLIENT (CRM) CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

Démarche marketing de fidélisation de clientèle d'entreprise soutenue par des ressources humaines (centres d'appel...), technologiques (courriers électroniques...) et financières permettant de conserver, actualiser et interpréter l'ensemble des données afférentes à un client ou prospect, d'automatiser des tâches marketing (publipostage...) et de gérer les relations avec les consommateurs (clubs de clientèle, cartes de fidélité...).

PERSONNALISATION - CUSTOMISATION

Démarche à concevoir une solution spécifique aux attentes client

Concepts clés

DIFFÉRENCIATION RETARDÉE

Méthode de production consistant à standardiser au maximum les opérations de fabrication (pour réduire les coûts unitaires de production, le volume des stocks et en-cours) en différant au plus tard possible la différenciation des produits.

Si ces opérations de différenciation du produit confiées à un prestataire de services logistiques, on parle de POST-MANUFACTURING

Concepts clés

RÉPONSE OPTIMALE AU CONSOMMATEUR EFFICIENT CONSUMER RESPONSE (ECR)

Démarche de coopération entre entreprises industrielles et distributeurs avec pour objectif d'accroître la satisfaction client tout en améliorant la performance économique des entreprises y concourant. ECR vise à optimiser l'assortiment des points de vente et améliorer performance des actions promotionnelles en utilisant des techniques ou outils spécifiques

Concepts clés

ÉCHANGE DE DONNÉES INFORMATISÉ ELECTRONIC DATA INTERCHANGE (EDI)

Echange de données formatées entre différentes applications des systèmes informatiques des partenaires (d'ordinateur à ordinateur).

Il s'appuie sur la mise en place de langages communs (standard EDIFACT par exemple) et l'utilisation de voies de télécommunication.

Concepts clés

FONCTION LOGISTIQUE

Entité organisationnelle d'entreprise en charge de tout ou partie de conception et/ou mise en actes des activités liées à la logistique.

LOGISTIQUE

Technologie de maîtrise des flux physiques et d'infos associés que l'entreprise reçoit de ses fournisseurs, transfère entre ses établissements et expédie vers ses clients. C'est une discipline des sciences de gestion fondée sur des paradigmes et concepts propres et s'appuyant sur un ensemble de techniques et outils.

Concepts clés

LOGISTIQUE DE DISTRIBUTION

Ensemble d'activités dans l'objectif d'assurer la mise à disposition dans délais souhaités par client et/ou consommateur final des références et quantités voulues de produits finis (infos contenues dans le DRP) dans les meilleures conditions de coût

Sa réalisation implique définition de politique de distribution (Méthode gestion stocks de produits finis, délais de livraison, gestion transport en aval, sous traitance opérations à prestataire de service logistique

Concepts clés

LOGISTIQUE INVERSÉE, REVERSE LOGISTICS:

Processus ayant pour objet d'assurer les retours de marchandises

POST-MANUFACTURING:

Prise en charge par prestataire de service logistique d'opérations productives d'assemblage des produits finis.

Concepts clés

PREPARATION DE COMMANDES

Ensemble des opérations réalisées (regroupement, emballage...) pour composer une commande client dans les conditions de coût, qualité et délai fixés par l'entreprise et client.

Concepts clés

SOUTIEN LOGISTIQUE INTEGRÉ

Démarche de gestion des éléments et activités (infrastructures, outillage, pièces détachées, documentation, formation...) à mobiliser depuis la conception à la fin de leur vie

Concepts clés

TAUX DE SERVICE LOGISTIQUE

Indicateur de performance d'activité ou de processus logistique permettant d'appréhender le degré de réalisation des objectifs logistiques fixés.

Il est calculé sur la base du nombre de commandes (parfois sur pourcentage de chiffre d'affaires) livrées conformes aux attentes client et/ou du consommateur final au bon moment et dans délais, sur le nombre total de commandes à réaliser.

Concepts clés

TRADE-MARKETING, MERCATIQUE ASSOCIÉE

**Démarche de conception, mise en action et co –
financement d'opérations marketing impliquant
conjointement industriel et distributeur.**

Concepts clés

TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION (TIC)

Acronyme français IT (Information Technology)

Ensemble de technologies de traitement et/ou d'échange d'informations résultant de développements croisés entre informatique, télécommunications et audiovisuel.

(Par exemple : (EFI) l'Echange de Formulaires Informatisé via Internet)