



# Prévoir ses ventes

Après un été plus qu'atypique, la demande de soupes et de plats chauds a augmenté de 15%, tandis qu'en parallèle celle des crèmes glacées, des solaires, des boissons gazeuses ou même des produits pour vitres s'est effondrée. La météo a une forte incidence sur la demande des consommateurs et, en conséquence, sur la fiabilité des prévisions de vente. La météo désastreuse du printemps, et de l'été dans sa foulée, a mis la pression sur les départements Supply Chain, certains, victimes de surstocks, d'autres, sujets à des ruptures. Comment, dans un tel contexte, mieux anticiper ce qui est variable et donc minimiser l'incertitude ou le risque d'une prévision de ventes mal adaptée à la demande ? Blandine Bergeret, experte en Prévision et Planification, explore les contraintes de cet enjeu crucial pour l'entreprise.

## Anticiper tendances et variations

S'il est évident que la qualité de la prévision des ventes impacte l'entreprise au sens large, ce n'est pas pour autant que l'exercice est mature dans toutes les entreprises. La maturité du processus de prévision des ventes varie souvent en fonction du secteur d'activité et de la taille de l'entreprise. « Tout d'abord, toutes les entreprises ne sont pas dans l'obligation de prévoir. Par exemple, les entreprises qui travaillent à

la commande n'ont pas de soucis de prévisions, car leurs clients acceptent un délai de livraison supérieur au délai de production. Par contre, les entreprises du secteur de la grande consommation doivent prévoir le bon stock pour éviter les ruptures : la maturité du processus de prévisions de vente est forte dans les entreprises de ce domaine. Depuis la loi LME, qui a réduit le crédit fournisseur, les entre-

prises de distribution sélective (cosmétiques, bricolage,...) cherchent à diminuer leurs stocks pour améliorer leur trésorerie et maîtriser le besoin en fonds de roulement. Depuis 2009, il y a, dans ce secteur, une demande importante de mise en place de process et de logiciels de prévisions » constate Pierre Fournet, Directeur associé de Diagma, cabinet de conseil en Supply Chain Management.





