

8. LA LOGISTIQUE ET LA LIVRAISON

On entend ici par «logistique» le processus de gestion du flux et d'entreposage des matières premières, des composants, des stocks, des produits finis et de l'information, de leur origine jusqu'au point de vente ou à la consommation. L'aptitude à gérer ces mouvements des intrants, des produits et de l'information est de plus en plus perçue comme déterminante pour se doter d'un avantage concurrentiel. Les entreprises qui peuvent les gérer de manière efficace par rapport aux coûts ont davantage de chances de satisfaire les besoins de leurs clients que celles qui n'y parviennent pas, indépendamment du prix d'achat. Pour l'exportateur sur un nouveau marché, mettre en place un processus efficient et efficace de livraison des produits constitue la tâche la plus complexe à réaliser.

LES BESOINS DES CLIENTS

Le service à la clientèle commande la stratégie logistique. Quels niveaux de service et de soutien sont nécessaires et qui les fournira? Il faut toutefois veiller à garder un équilibre. Un service excessif à un client peut s'avérer très coûteux et inutile. Par exemple, la livraison le jour suivant peut être un élément important dans les grands centres urbains, mais dans le cas des clients des régions rurales, qui n'ont pas ce type d'attentes, elle entraînerait des coûts additionnels injustifiés.

- Quels sont les délais de livraison? Quels sont les stocks requis? L'entreprise a-t-elle besoin d'entreposage sur place ou peut-elle expédier à partir de l'usine de son pays d'origine? Quel est le coût de transport exprimé par unités?
- Quelle est l'importance des pièces et du service sur place pour le client? En a-t-il besoin immédiatement ou est-il prêt à attendre?
- Faut-il adapter le produit pour chaque client? Si oui, est-il plus logique de remballer des commandes spéciales à partir de l'entrepôt local pour les clients locaux ou de constituer des petits lots à partir de l'usine dans le pays d'origine?
- Quels sont les effets des exigences d'étiquetage et d'emballage sur les décisions d'expédition et d'entreposage?
- Quelle forme de communication et de suivi des commandes de produits ou de services utilisent les clients ou les acheteurs de l'entreprise sur le marché cible? Par exemple, les acheteurs procèdent-ils par échange de données électronique (EDI)?
- Quelles sont les politiques des acheteurs de l'entreprise en ce qui concerne les commandes en souffrance et les livraisons hâtives?

LES OPÉRATIONS

- Quels sont les produits de la société fabriqués à l'interne? Quels sont ceux qui proviennent de l'extérieur?
- Avec combien de fournisseurs traite l'entreprise? S'agit-il d'ententes exclusives?
- Quelle est la nature des ententes et des engagements avec les fournisseurs?