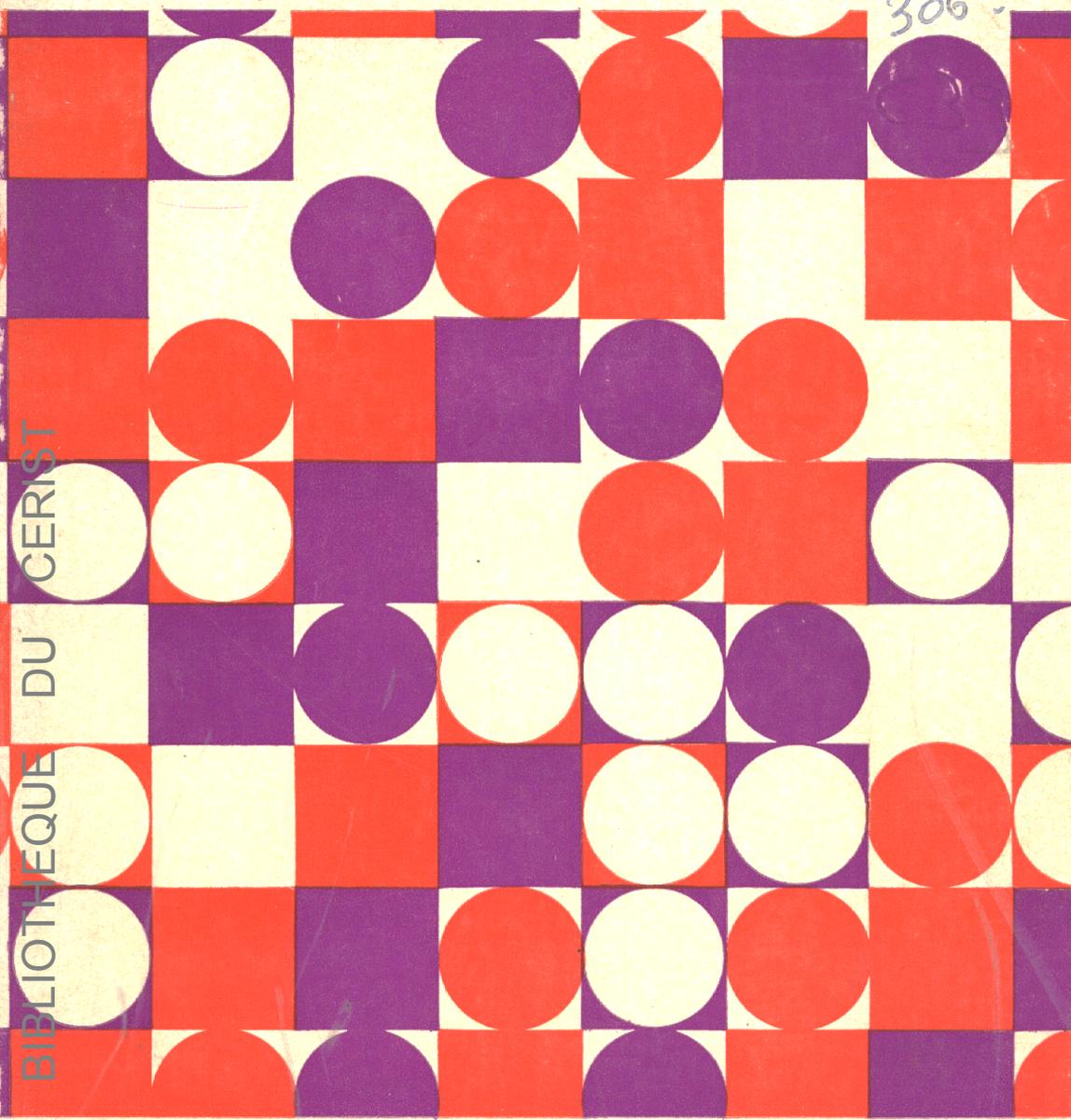


COLLECTION INFORMATIQUE ET MANAGEMENT

306



BIBLIOTHEQUE DU CERIST

HELLMUTH FISCHER

L'INFORMATIQUE APPLIQUÉE A LA GESTION COMMERCIALE

LES ÉDITIONS D'ORGANISATION - PARIS

BIBLIOTHEQUE DU CERIST

L'INFORMATIQUE
APPLIQUÉE
A LA GESTION
COMMERCIALE

306.

R 4c

TABLE DES MATIÈRES

AVANT-PROPOS	9
INTRODUCTION	11
I. RAPPEL DE NOTIONS DE BASE SUR L'ORDINATEUR ..	15
II. TECHNIQUES DE CODIFICATION DANS L'ENTREPRISE.	19
III. PLANNING ET PREVISION DES VENTES	23
1. <i>Planning des ventes</i>	24
1.1 Recherches sur le volume du marché et la part de l'entreprise dans le marché	25
1.2 Etude des secteurs de vente	26
1.3 Etude des moyens de vente	27
1.4 Fréquence de saisie et de contrôle des données commerciales.	29
1.5 Sélection des articles	31
2. <i>Etude du rôle des représentants</i>	33
2.1 Visites des représentants	35
2.2 Plan des tournées	38
2.3 Problème du voyageur de commerce	41
3. <i>Expédition et livraison des produits — Problèmes de transport.</i>	43
3.1 Calcul de la quantité de personnel à employer	44
3.2 Optimisation des méthodes de transport	47
4. <i>Introduction de nouveaux produits sur le marché</i>	51

IV. DEROULEMENT ET CONTROLE DES VENTES	65
1. <i>L'offre</i>	65
2. <i>Traitement des commandes et de la facturation</i>	69
2.1 Enregistrement des commandes	69
2.2 Contrôle de solvabilité	81
2.3 Surveillance de l'état des stocks	84
2.4 Facturation	87
2.4.1 Préfacturation	
2.4.2 Postfacturation	
a) <i>Confirmation de commande</i>	
b) <i>Etablissement du bordereau de livraison</i>	
3. <i>Le traitement des commandes par affectation automatique</i> ..	100
a) Examen de la capacité de livraison	
b) Examen de la date d'échéance	
4. <i>Comptabilité débiteurs suivant la technique des « affaires en cours »</i>	119
4.1 Technique de la comptabilité « affaires en cours »	119
4.2 Modalités d'exécution	119
4.3 Procédure de relance automatique des impayés	133
5. <i>Statistique du flux de commandes</i>	134
6. <i>Statistiques des ventes</i>	135
7. <i>Calcul des commissions</i>	137
8. <i>Listes de Prix, établissement de catalogues</i>	137
9. <i>Choix des supports publicitaires</i>	139
V. CONTROLES	149

AVANT-PROPOS

La gestion commerciale est devenue l'objet des préoccupations de rationalisation dans la plupart des entreprises. L'idée qu'elle est l'un des domaines les plus importants de l'organisation de l'entreprise et de son activité, s'impose ainsi peu à peu. Cette constatation justifie l'importance exagérée de ce que l'on appelle parfois le sens inné des affaires, ou l'inexplicable « don des affaires ».

Les principaux avantages que l'ordinateur offre à la gestion commerciale viennent de la possibilité d'intégrer les travaux à partir de fichiers communs.

C'est cette observation qui a conduit l'auteur à écrire le présent ouvrage. Des parties importantes en ont été rédigées par mon collaborateur Peter A. Müller, spécialiste de l'informatique de gestion. Je voudrais ici lui marquer ma cordiale reconnaissance pour sa collaboration dévouée. Des contributions intéressantes ont été apportées par mes collaborateurs Walter Harbrecht, Knut Kaiser, Markwart Polzer et Helmut Zander. La section intitulée « choix du support publicitaire » a été écrite par Hansjörg Schwab. Je leur exprime ici, à tous, ma gratitude pour leurs conseils.

Sans l'étroite collaboration de toute notre équipe, cet ouvrage n'aurait pu voir le jour, ne serait-ce qu'en raison des contraintes de temps s'imposant à chacun d'entre nous.

Puisse le présent livre servir de conseil aux responsables de la gestion commerciale, et leur montrer l'intérêt que présente l'utilisation d'un ordinateur ; nous espérons atteindre cet objectif sans pour autant exiger d'eux des connaissances spéciales en informatique ou en programmation.

Stuttgart, janvier 1969

Dr Hellmuth Fischer

Les auteurs appartiennent en majorité à la Société de conseil du Dr Fischer, Stuttgart. Elle est confrontée depuis plusieurs années aux problèmes de gestion, d'installation et de contrôle de l'utilisation des ordinateurs dans les entreprises de taille moyenne, où les problèmes de gestion commerciale sont de plus en plus au centre des préoccupations.

INTRODUCTION

Les problèmes de la production étaient autrefois au centre des activités de gestion et d'organisation de l'entreprise. Le centre de gravité se déplace aujourd'hui de plus en plus vers le secteur commercial ; spécialement vers l'administration — ou gestion — des ventes. Les décisions qui y sont prises influent directement sur tous les autres secteurs de l'entreprise tels que la production, la gestion des stocks, le financement, la recherche et le développement, etc... Il est de plus en plus important de disposer, par l'adoption des méthodes et outils les plus modernes en matière de gestion des ventes, d'une organisation efficace et aux réactions rapides. C'est pourquoi les entreprises qui accordent à la gestion des ventes toute l'attention nécessaire se servent dans une mesure toujours croissante d'ordinateurs puissants.

Parallèlement à l'accroissement des activités de marketing de l'entreprise, le travail administratif s'accroît. En réalité, la vente elle-même n'a rien perdu de son importance, mais ce sont les spécialistes du marketing et de l'administration des ventes qui constituent de plus en plus l'épine dorsale de l'entreprise. Le traitement de l'information peut considérablement faciliter leur tâche.

L'utilisation de l'ordinateur dans la gestion des ventes a deux fonctions à remplir :

- 1) Intégrer le plus rapidement possible les données émanant de la gestion des ventes, — point de saisie privilégié des données — aux traitements de planification, d'organisation et de contrôle du déroulement des autres activités (intégration).

- 2) Réduire les travaux administratifs entraînés par les activités commerciales.

L'utilisation d'un ordinateur doit avoir pour projet de libérer autant que possible la direction commerciale des travaux administratifs routiniers, afin de dégager le temps nécessaire au travail de management.

POSSIBILITÉS DE L'ORDINATEUR DANS LA GESTION DES VENTES

Par analogie avec la répartition des activités de toute entreprise en trois fonctions : planification, exécution et contrôle, il est important pour la direction commerciale d'une entreprise d'adopter les moyens les plus modernes pour réaliser au mieux les travaux de prévision des ventes, de traitement des commandes et de contrôle des ventes. Comme dans tous les autres domaines d'une entreprise, c'est vers un objectif d'optimisation des résultats que doivent tendre les travaux.

Sur le plan de la prévision des ventes, l'utilisation de l'ordinateur s'étend d'abord à tous les problèmes d'étude de marché. On traitera dans cet ouvrage des statistiques des ventes, on testera les résultats de l'étude de marché et on calculera de nouveaux éléments de prévision. En comparant les chiffres d'affaires prévus avec les résultats atteints, le planning des ventes sera constamment surveillé, la situation instantanée de l'entreprise journalièrement saisie et un ajustement aux données changeantes du marché immédiatement rendu possible.

Dans le domaine du traitement des commandes, les ordinateurs sont en mesure de décharger les employés des travaux de routine, liés au fichier de la clientèle, à la planification de la production, à la surveillance des commandes (particulièrement le contrôle des délais) et à la facturation. Ces activités sont généralement fastidieuses, et exigent, en tous cas, beaucoup de main-d'œuvre. L'utilisation de l'ordinateur apporte un gain de temps important.

On se contentera de traiter d'une manière spécifique les cas exceptionnels qui devront être préparés pour l'ordinateur et ne seront en tous cas, plus à traiter manuellement.

En ce qui concerne le contrôle des activités commerciales de l'entreprise, et des décisions qu'elle prend en ce domaine, il a déjà été indiqué plus haut que les chiffres d'affaires prévus, calculés à partir des résultats des études de marché peuvent être constamment vérifiés, en les comparant aux chiffres d'affaires réellement atteints. En outre, toutes les statistiques liées au chiffre d'affaires, dont on a besoin, (ventes par clients, par articles et groupes d'articles, montants des commandes, réseaux de vente, entrée de commandes) seront enregistrés sur fichiers magnétiques par l'ordinateur, surveillées et confrontées les unes aux autres.

En tenant compte des frais divers de gestion et de prix de revient, on peut faire apparaître, sans difficultés, à partir de ces éléments, un tableau des bénéfices ou, éventuellement, des pertes par facteurs de coûts,

par branche de commercialisation, par groupe d'articles, par article ou par client. Un groupage analogue des données permet d'établir facilement une liste des clients selon l'importance de leurs commandes, ou encore une liste des articles les plus rentables. De plus, les relevés des délais et des situations de magasin (états de stocks) sont de grande importance pour la gestion des ventes. L'exploitation de toutes ces données est indispensable à un contrôle des activités commerciales, eu égard aux travaux de prévision.

L'énumération de ces quelques données, peu nombreuses, mais importantes pour la gestion d'une entreprise, montre déjà la nécessité d'informations qui découlent, tout au moins en partie, de secteurs d'activité de l'entreprise qui sont extérieurs aux ventes.

L'expérience enseigne que ce n'est ni très sensé, ni rentable de ne mettre sur ordinateur que les tâches de la gestion des ventes. Le traitement des commandes courantes doit entraîner un traitement automatique des problèmes de comptabilité, d'achat, de gestion de fabrication, et de gestion des stocks, concurremment avec les travaux d'administration des ventes proprement dits. En effet, l'effort de rationalisation d'une entreprise ne devient vraiment efficace que si l'ensemble des problèmes du traitement des commandes est mis sur ordinateur. Si ce n'est pas le cas, certains travaux relatifs à la commande devraient être exécutés manuellement. Le gain de temps susceptible d'être obtenu par le traitement des commandes des clients sur ordinateur sera ainsi considérablement diminué. En outre, toute intervention manuelle dans les tâches confiées à l'ordinateur, est une source d'insécurité et de risques d'erreurs.