

Progiciels de prévisions

Une offre mature qui se spécialise

Comme en témoigne le panel des 24 logiciels de prévisions de ventes qui figurent dans le tableau ci-après, l'offre est suffisamment large et mature pour répondre aux principales préoccupations des entreprises, quels que soient leur taille et leur secteur. Elle continue à se développer sur le plan fonctionnel, à s'ouvrir sur l'extérieur en facilitant le partage des informations et à réduire son délai de mise en oeuvre par des versions plus packagées.

Les progiciels de prévisions de la demande existent depuis plus de vingt ans, d'où une certaine maturité. Aujourd'hui, les principales évolutions concernent la technologie (orientation vers des architectures S.O.A., web services, écrans personnalisés...) qui facilite l'accès à un plus grand nombre d'acteurs tant au sein de l'entreprise qu'à l'extérieur. Ainsi, le plus souvent, des prévisionnistes « moulinent » en central des données qui vont être modifiées, complétées et/ou validées par des gens du terrain (filiales, forces de ventes régionales) dans un processus d'aller-retour bien suivi (alertes des intéressés, relance en cas de non-réponse). L'objectif étant de faciliter la tâche des gens du terrain par des tableaux pré-remplis, de préférence sur Excel ou accessibles via le Web, plus adaptés aux populations nomades. Il est aussi de favoriser la remontée d'informations de gens plus proches de leurs marchés.

Découper la demande selon des variables explicatives

Une autre tendance concerne la valorisation des prévisions pour élaborer des budgets plus cohérents. Cette pratique initiée par les laboratoires pharmaceutiques tend à s'étendre dans d'autres secteurs comme celui de la grande consommation. Cela peut aussi conduire certains éditeurs à se rapprocher de la Business Intelligence (interfaçage avec des cubes de données).

Par ailleurs, certains logiciels comme Azap développent des fonctions destinées à faciliter l'intégration de variables exogènes. Le but de ces outils avancés, comme ceux de Manugistics par exemple, est de décomposer la demande en fonction de l'impact de multiples variables explicatives. Au-delà des phénomènes exceptionnels tels que les promotions (d'ailleurs de mieux en mieux suivies par les fournisseurs de la grande distribution), l'idée est de déterminer les principales variables qui influencent la demande (température, nébulosité...) et de les modéliser pour voir quel est leur impact (les effets de certaines pouvant s'opposer).

Des solutions plus packagées

Enfin, une autre tendance des éditeurs est de pré-paramétrer les logiciels selon les secteurs pour accélérer leur mise en oeuvre. Ainsi, SAP a verticalisé son offre destinée aux pièces de rechange et au Retail et compte poursuivre sur cette voie. De même, TXT e-Solution va lancer en octobre prochain TXT Demand in a Box, une offre pré-packagée destinée aux fournisseurs de produits de grande consommation. Enfin, certains sont nés dans des secteurs dédiés comme VCS Timeless et D3S dans le textile, par exemple.

La différence par le périmètre fonctionnel

Très implantés chez les industriels de la grande consommation, la pharmacie et la mode, les progiciels de prévisions progressent plus récemment dans la grande distribution et la distribution spécialisée. Ils arrivent aussi dans des secteurs comme le luxe, les cimentiers, les administrations, la défense... Ainsi, hormis sur les secteurs nouveaux, la plupart des éditeurs ne se distinguent pas tant que cela par leur base installée. De même, contrairement aux idées reçues, ils ne se différencient pas non plus par leur modèles de séries statistiques (les modèles présents dans les logiciels sont pour la plupart du domaine public et peuvent être aisément achetés pour compléter une offre). Le facteur différenciant est donc plutôt le périmètre fonctionnel des solutions dans lesquelles les modules de prévisions sont intégrés, qui détermine leur finalité et souvent leur gamme de prix (corrélé bien sûr aussi à la taille de l'éditeur et de la solution).

Convertir la demande en besoins usines et fournisseurs dans les APS

Hormis Arhios d'Umanis et Forecast Pro de Business Forecast Systems, il subsiste peu de solutions dont le périmètre fonctionnel se limite aux prévisions de la demande). La majorité d'entre elles sont en effet intégrées à des solutions plus vastes (APS, SCE, ERP...).

Ainsi, dans les APS (Advanced Planning System ou Advanced Planning & Scheduling), le moteur de prévisions vise essentiellement à alimenter la planification sous contraintes que cet outil est chargé d'optimiser. Plutôt orientés industriels et fabricants, ces logiciels n'ont souvent pas besoin de gérer un grand nombre de SKU (Stock Keeping Units ou références gérables en stock) au niveau des prévisions et de la planification. Quelques milliers suffisent. En revanche, ils vont utiliser la demande prévisionnelle pour déterminer les besoins amont (composants, capacités machines, commandes fournisseurs...) et anticiper les problèmes de ressources et de capacités, l'objectif étant de mettre en place au plus tôt des solutions pour répondre au mieux à cette demande prévue. Dans cette catégorie, on recense notamment Azap, Demand Management, Dynasys, Futurmaster, I2 Technologies, Manugistics (alias JDA), OM Partners et TXT e-solutions, pour les outils dédiés. Pour se construire, par développement propre ou plus souvent, par rachat, certains sont partis du module de prévisions (ex : Futurmaster, Manugistics) et d'autres, de la planification (ex : Factory Planner d'I2 Technologies).

Traiter plusieurs millions de SKU dans le Retail

D'autres solutions de Supply Chain Execution (SCE) sont plus orientées Retail. Dans cette famille de logiciels, les prévisions sont toujours élaborées à partir d'historiques mais on part plutôt des ventes en magasins (via les sorties de caisse). L'objectif est alors de déterminer le meilleur réapprovisionnement pour maximiser le chiffre d'affaires de chaque point de ventes. Il faut donc remonter les besoins et voir lesquels peuvent être satisfaits par un entrepôt et lesquels doivent remonter jusqu'aux fournisseurs en intégrant des contraintes de délais, de coûts et de ventilations du disponible par point de ventes. Ces logiciels doivent être capables de traiter un grand nombre de références (plusieurs millions de SKU pour les grands distributeurs et les grandes chaînes spécialisées, moins pour les plus petites) avec des temps de réponse acceptables. Ils tendent également à mieux synchroniser les boucles de réapprovisionnement points de ventes- entrepôt et en amont, entrepôt- fournisseurs. Cette catégorie recouvre par exemple Aldata, Barloworld Optimus, D3S-Technologies, Influe, JDA Software et VCS Timeless.

Bien gérer les stocks de produits erratiques

Une autre catégorie de logiciels visant à optimiser les niveaux de stocks et les réapprovisionnements en tenant compte d'un grand nombre de contraintes fournisseurs comporte des modélisations de séries statistiques. Mais ces solutions servent avant tout à mieux dimensionner des stocks en fonction d'un taux de services objectif et de contraintes d'approvisionnement fournisseurs (délais, camions complets, quantités minimales de commandes...). Ces outils, dont font notamment partie Adexio-Syslife, BS&K, Planipe et Progistock, sont particulièrement à l'aise avec les produits erratiques (pièces de rechange, classe C...) pour lesquels ils ont des modèles éprouvés.

Favoriser l'intégration

Une dernière famille est constituée par les ERP (Infor, Microsoft, SAP, Oracle...). Selon son niveau de complexité, le module de prévision peut être intégré à l'APS de l'ERP (ex : Demand Planer dans APO de SAP) ou faire partie de la solution opérationnelle (directement dans l'ERP). La philosophie des ERP est de favoriser l'intégration entre les modules, y compris avec l'exécution (prise en compte plus facile des commandes en cours, gammes et nomenclatures récupérables, hiérarchie produit définie ailleurs dans l'ERP qui peut servir aux prévisions, cube de données...), le but étant d'assurer une plus grande cohérence des données. En général, même si le module de prévisions est déclaré comme pouvant être vendu seul (ce qui est souvent plus vrai dans le cadre d'un rachat que d'un développement interne), ce n'est pas sa finalité. Il faut être de plus vigilant quant à la lourdeur des projets, souvent très structurants et bien sûr quant aux coûts. Forts de ces renseignements, nous vous laissons découvrir plus en détail les offres figurant dans le tableau récapitulatif et les fiches par solution.