

QUESTIONNAIRE D'AUTO-EVALUATION : VISIBILITE PARTAGEE DES PROMOTIONS

22 questions pour mesurer la visibilité des promotions transmises par les donneurs d'ordres en amont de la supply chain :

- Indiquer 1 si la réponse est OUI à 100 %
- Indiquer 0,1 à 0,9 selon l'étendue de la bonne pratique (par exemple, par rapport au degré de visibilité ou au nombre de plateformes OK)
- Indiquer 0 si la réponse est NON

Vendeur (Fournisseur)	Carrefour	Auchan	Leclerc	Casino	Intermarché	Système U	CSD / Provencia	Cora
1/ Faisant le plus souvent suite à un appel d'offres, le plan promotionnel est-il envoyé au client 3 à 5 mois avant le démarrage des OP en magasins ?								
2/ Le plan promotionnel convenu avec l'acheteur chez le client donne-t-il lieu à des commandes fermes transmises 8 semaines à l'avance précisant les quantités à livrer par référence produit / plateforme client / jour de livraison ?								
3/ A défaut de commandes fermes, le plan promotionnel convenu avec le client donne-t-il lieu à des engagements fermes, fiables à plus de 98% , transmis 8 semaines à l'avance précisant les quantités à livrer par référence produit / plateforme client / jour de livraison ?								
4/ Les autres types de promotions (promotion ouverte, fond de rayon promotionné) donnent-ils lieu à des engagements fermes 8 semaines à l'avance sur au moins 30 % du volume global validé d'un commun accord (correspondant à l'implantation) réparti en quantité à livrer / plateforme client / jour de livraison ?								
5/ Le principe des promotions ouvertes, où les volumes de vente ne sont pas connus d'avance, repose-t-il sur un engagement réciproque à respecter le volume minimum et la possibilité pour le fournisseur de livrer davantage si la demande est plus forte sans être pénalisé s'il ne peut livrer dans les temps tout ou partie de l'excédent de commande au-delà de la quantité initiale validée ?								
6/ En général, l' horizon ferme de 8 semaines est-il respecté (aucune modification de commande ferme ou d'engagement ferme (à plus de 2 %) ne vient remettre en cause ce qui était prévu) ?								
7/ En cas d'erreur de prévision où les ventes ont été supérieures ou inférieures à ce qui était prévu, le client assume-t-il les invendus ou le manque à gagner par des compensations économiques en cas de produits invendables ou l'absence de pénalité au-delà de ce qui était initialement prévu ?								
8/ Lors des négociations commerciales, les conditions générales logistiques propres aux promotions (taux de service cible et contreparties) sont-elles définies pour la bonne exécution des livraisons ?								
Moyenne / 1 :								

22 questions pour mesurer la visibilité des promotions transmises par les donneurs d'ordres en amont de la supply chain :

- Indiquer 1 si la réponse est OUI à 100 %
- Indiquer 0,1 à 0,9 selon l'étendue de la bonne pratique (par exemple, par rapport au degré de visibilité ou au nombre de plateformes OK)
- Indiquer 0 si la réponse est NON

Supply Chain / Entrepôt (Fournisseur)	Carrefour	Auchan	Leclerc	Casino	Intermarché	Système U	CSD / Provencia	Cora
1/ Les commandes fermes promotionnelles sont-elles reçues à J-3 afin d'anticiper et d'optimiser au mieux les préparations de commande ?								
2/ Les commandes fermes promotionnelles sont-elles reçues en totalité (100 %) le jour J selon les quantités prédéfinies ?								
3/ En cas de modification logistique (modification des dates et/ou des quantités promotionnelles dans l'horizon ferme), l'ADV est-elle aussitôt informée de la situation par l'approvisionneur afin de donner lieu à un échange suivi d'un accord réciproque sur les quantités et les dates validées, le cas échéant ?								
4/ En cas de rupture d'un produit fond de rayon chez un concurrent, l'administration des ventes chez le fournisseur est-elle aussitôt contactée par l'approvisionneur pour l'avertir du pic de ventes à venir et lui demander sa capacité à le "dépanner" sans être exposé à des pénalités de livraison en cas de livraison partielle ?								
5/ Les pics de livraison de promotion, en période festive, sont-ils lissés par l'approvisionneur afin de faciliter leur prise en charge "sans stress ni chaos" par les équipes de préparations de commande, les transporteurs, les plateformes de distribution et les magasins								
6/ Les pénalités de livraison appliquées respectent-elles les conditions générales logistiques validées et les tolérances de livraison de 30 min sans contestation des horaires de livraison ?								
7/ Est-ce que l'enseigne donne la possibilité de suivre la disponibilité linéaire des produits et les sorties-caisses au jour au jour via un portail web ?								
8/ Les performances logistiques des promotions effectuées sont-elles partagées, analysées et corrigées à l'aide de plans d'action suivis d'effet entre la Supply Chain du fournisseur et les approvisionneurs du client en fin d'opération selon un processus d'amélioration continue ?								
Moyenne / 1 :								

22 questions pour mesurer la visibilité des promotions transmises par les donneurs d'ordres en amont de la supply chain :

- Indiquer 1 si la réponse est OUI à 100 %
- Indiquer 0,1 à 0,9 selon l'étendue de la bonne pratique (par exemple, par rapport au degré de visibilité ou au nombre de plateformes OK)
- Indiquer 0 si la réponse est NON

		Carrefour	Auchan	Leclerc	Casino	Intermarché	Système U	CSD / Provencia	Cora
Plateforme de distribution	1/ La plateforme de distribution bénéficie-t-elle d'une visibilité provenant de l'enseigne au moins de 4 semaines des promotions à venir en qté d'UVC / jour de réception / fournisseur ?								
	2/ Les livraisons des promotions sont-elles ordonnancées par le responsable d'exploitation avec le concours des approvisionneurs du client dans le but d'anticiper les arrivages et de lisser l'activité de la plateforme de distribution ?								
	3/ Les conditions logistiques (taux de service) convenues entre le vendeur et l'acheteur sont-elles connues par la plateforme ?								
	4/ Dans le cas où le jour et/ou l'horaire de livraison convenu(s) entre la plateforme et le transporteur diffère(nt) du jour de livraison prévu, l'information est-elle partagée avec l'ADV du fournisseur ?								
Moyenne / 1 :									

22 questions pour mesurer la visibilité des promotions transmises par les donneurs d'ordres en amont de la supply chain :

- Indiquer 1 si la réponse est OUI à 100 %
- Indiquer 0,1 à 0,9 selon l'étendue de la bonne pratique (par exemple, par rapport au degré de visibilité ou au nombre de plateformes OK)
- Indiquer 0 si la réponse est NON

		Carrefour	Auchan	Leclerc	Casino	Intermarché	Système U	CSD / Provencia	Cora
Transport	1/ Le transporteur bénéficie-t-il d'une visibilité au moins de 10 jours des promotions à enlever et à livrer par plateforme client en nb de palettes.sol / jour d'enlèvement / fournisseur ?								
	2/ Les plannings d'enlèvement des promotions chez les fournisseurs sont-ils fiables à plus de 90 % ?								
Moyenne / 1 :									

Maturité globale de l'amont de la supply chain :