

Hostorg
Modélisation & Conseil
s.a.r.l.

tbrutman@hostorg-effekt.com

Hostorg est une s.a.r.l. au
capital de 150 000 €
Immatriculée au R.C.S. de Paris
sous le numéro: 450 960 836



Nous joindre:

En France, siège opérationnel.

8, allée Raymond Poincaré

57100 Thionville

Tél: 03 82 56 00 40

Fax: 03 82 91 25 83

Siège social:

21, rue de la Roquette

75011 Paris

Dans ce numéro :

**De nouveaux modèles de
Gestion**

**Le modèle d'arbitrage et de
valorisation de stocks**

**Les prévisions décisionnel-
les**

**Stratégies et conditions
générales de ventes**

**Hostorg: prochaines paru-
tions et nouvelles approches**



Formations:
**La nouvelle Gestion des Risques de Stocks
&
La Gestion et le Financement des Risques**



De nouveaux modèles de gestion de stocks :

Les années 2005 et 2006 sont marquées dans le domaine du supply chain management par l'apparition de nouveaux modèles d'arbitrage dans le domaine de la gestion de stocks et des approvisionnements.

Ces modèles, développés par le créateur de la société Hostorg, sont aujourd'hui validés par les conférences scientifiques de l'IEEE. Sur demande et dans la mesure des places disponibles, vous pourrez participer à la Conférence IEEE du 26 Octobre 2006 à l'Université Technologique de Troyes.

Le sujet présenté par Hostorg sera consacré à l'approche spécifique de la gestion du stock textile et à sa valorisation en fonction du comportement du consommateur saisonnier.

Ces modèles ont été présentés à l'Université Paris IX Dauphine le 15 Novembre 2005. A la demande du

CSCMP (Council of Supply chain Management Professionnels, l'une des plus importantes associations professionnelles du supply chain management d'origine nord-américaine et qui réunit plus de 9000 adhérents), ces modèles ont été également présentés à Bruxelles le 18 mai dernier à l'occasion de la conférence consacrée aux principales innovations européennes.

De nombreux articles ont été consacrés aux problématiques de fonds abordés par la société Hostorg, qui en France devient également une société de formation.

Créée en l'an 2000 et initialement société de recherche en modélisation de gestion, la société a été à l'origine de nouveaux outils dans les domaines suivants:

l'arbitrage entre prix d'achat, délais de livraison et délais de paiement qui montre comment un prix d'achat très



Thierry Brutman
Administrateur-Délégué

tbrutman@hostorg-effekt.com

bas peut être moins avantageux pour la rentabilité d'une société qu'un meilleur délai de livraison et de paiement.

L'arbitrage et la valorisation des stocks avec des modèles permettant de prendre des décisions de politique de prix et /ou de désinvestissement ou d'augmentation des investissements en stocks.

Les modèles de prévisions décisionnelles.

Les conditions générales de ventes et d'achats ...

Le modèle d'arbitrage et de valorisation des stocks

Le modèle d'arbitrage évoqué précédemment permet de mieux évaluer les offres des fournisseurs et de mieux équilibrer le partage de risques dans la relation client-fournisseur en tenant compte également de la contrainte de trésorerie. Le modèle d'arbitrage et de valorisation est un outil qui en fonction

de probabilités futures de vente permet de donner la valeur objective d'aujourd'hui d'un stock qui resterait en excès à une date future. Il se fonde sur des mécanismes connus des marchés financiers d'options appliqués depuis toujours sur ces marchés. Il est ainsi possible de décider ou non d'une baisse

de prix, d'une augmentation ou d'une baisse de production ou des approvisionnements. Il est un outil d'aide à la décision limitant les erreurs par une meilleure réactivité. Des études statistiques montrent que des opérations de couverture peuvent permettre de réduire les risques de plus de 20%.

Formations à la gestion des prévisions décisionnelles

Les méthodes de valorisation de stocks vues précédemment permettent de décider, par exemple, s'il vaut mieux conserver un stock, ou non, en fonction des prévisions. Il est donc nécessaire de savoir prévoir des pointes de demandes bien sûr, mais surtout les changements et renversements de tendances: inflexion de la demande à la baisse ou accélération à la hausse.

Déterminer avec un temps d'avance une telle évolution de la demande est alors un atout stratégique évident pour sécuriser le développe-

ment commercial et mieux rentabiliser sa gestion. Prévoir les points d'inflexion permet de limiter considérablement les risques d'insuffisance de disponibilités de stocks ou ceux de suraccumulation à l'avenir et donc de disposer du temps nécessaire pour faire évoluer des décisions quantitatives ou éventuellement contractuelles.

Les méthodes prises en compte dans les ERP sont des bases d'analyse intéressantes mais elles ne sont pas des outils de décision. Hostorg forme donc non seule-

ment à l'analyse fondamentale mais aussi à des méthodes pratiques issues de l'analyse technique et de l'analyse qualitative. Celles-ci sont d'ailleurs utilisées de longue date sur les marchés financiers. Elles aident à prévoir les évolutions de la demande avec ses seuils maxima ou minima sur lesquels il est alors possible de s'appuyer.

Hostorg met également à disposition les méthodes et outils les plus efficaces pour collecter et interpréter les prévisions. La qualité du processus de collecte est, en effet, une condition indispensable à la performance.

Formations à la stratégie des conditions générales de ventes

Il est possible, notamment lorsque l'on gère un réseau de distribution, de choisir des conditions de paiement qui seront conformes avec les niveaux de risques acceptables en terme d'encours de ventes selon les critères du credit-management sans freiner plus que nécessaire les niveaux de ventes.

Le chiffre d'affaires supplémentaire est obtenu grâce aux conditions générales de ventes (CGV) permettant à

des clients et distributeurs d'acheter à la fois des quantités fermes et des options sur des commandes futures. Ces commandes devront être livrées dans un délai de temps maximum. Ces CGV ont de nombreux avantages qu'il faut aussi arbitrer selon les situations: Ainsi, le coût d'installation d'un magasin revendeur est moindre ce qui permet une croissance des réseaux de vente plus rapide. Le fait de faire prépayer des options de stocks permet

également de financer le stock du franchiseur ou fournisseur et de lancer au dernier moment des productions en fonction des premières tendances des ventes, limitant les invendus. L'intérêt des distributeurs est de vendre le plus possible ce qui accroît le chiffre d'affaires final du fournisseurs même si le cadencement est différent mais celui-ci s'accompagne également d'une meilleure trésorerie.

Actualités Hostorg: prochaines parutions et nouvelles approches

En aout 2006 paraîtront quatre chapitres de l'ouvrage « Solutions Pratiques: Logistique & Supply Chain » qui ont été confiés à Hostorg par Weka, le numéro 1 européen de l'édition professionnelle périodique. Parmi ces chapitres, vous trouverez une approche de la gestion en rentabilité des stocks fondée sur les méthodes d'analyse d'asset-liability management:

Cette approche permet en associant une rentabilité et un risque de déterminer la meilleure répartition de votre mix-produit en fonction: du taux de rentabilité, du risque associé mais également en fonction de la durée de commercialisation estimée des produits.

Il permet donc d'analyser le mix produit en fonction de la

rentabilité et du cycle de vie des produits. Le stock devient alors un actif parmi d'autres dans lequel l'entreprise investit sa trésorerie.

La gestion de trésorerie et la gestion de stocks sont alors complémentaires et non plus opposées. Nous sommes déjà à votre disposition pour vous faire connaître ces approches et vous y former.



« Savoir prévoir pour mieux décider »

Pour tous renseignements,
n'hésitez pas à joindre:

Hostorg

Modélisation & Conseil

Par téléphone:

03 82 56 00 40

Par fax:

03 82 91 25 83

Mail:

infos@hostorg-effekt.com



« Formations
pour des entreprises performantes
et humaines »

Titre de l'article intérieur

La longueur de cet article est comprise entre 150 et 200 mots.

Utilisé comme un outil de promotion, le bulletin présente l'avantage de pouvoir recourir aux textes provenant de communiqués de presse, d'études marketing ou de rapports.

Le principal but de votre bulletin est de vendre votre produit ou service, et la clé de son succès réside dans son utilité aux lecteurs.

Vous pouvez rédiger vos propres articles, inclure un calendrier des événements

prévus ou proposer une offre spéciale pour un nouveau produit.

N'hésitez pas à rechercher des articles ou des textes de remplissage sur le World Wide Web. Votre éventail de sujets peut être large, mais les articles doivent rester courts.

Le contenu de votre bulletin peut également être utilisé pour votre site Web. Microsoft Publisher vous offre un moyen simple de convertir votre bulletin en site Web. Une fois votre bulletin terminé, vous n'aurez plus qu'à le

convertir en site Web et à le publier.

Titre de l'article intérieur

La longueur de cet article est comprise entre 100 et 150 mots.

Votre bulletin peut traiter de sujets très divers, comme les dernières technologies et innovations dans votre secteur, la conjoncture économique et commerciale ou les prévisions concernant vos clients ou partenaires.

S'il s'agit d'un bulletin interne, vous pouvez parler des dernières procédures et amé-

liorations, ou fournir le chiffre d'affaires ou les bénéfices réalisés.

Une rubrique régulière peut être constituée par le conseil du mois, la critique d'un livre, une lettre du président ou l'éditorial. Vous pouvez également présenter les nouveaux employés, ou vos meilleurs clients ou partenaires.

Titre de l'article intérieur

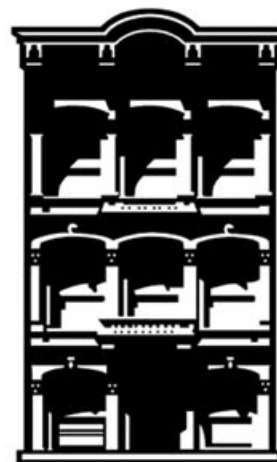
La longueur de cet article est comprise entre 75 et 125 mots.

Le choix des photos et graphismes est un élément important de votre bulletin.

Réfléchissez à votre article et assurez-vous que l'illustration appuie ou souligne bien l'idée que vous voulez faire passer. Évitez les images hors contexte.

Microsoft Publisher contient des milliers d'images clipart que vous pouvez choisir et importer dans votre bulletin. Plusieurs outils sont également à votre disposition pour tracer des formes et des symboles.

L'image que vous choisirez devra être placée près de l'article et accompagnée d'une légende.



Légende accompagnant l'illustration.

“Pour attirer l'attention de vos lecteurs, insérez ici une phrase ou une citation intéressante tirée de l'article.”



Légende accompagnant l'illustration.

Hostorg
Modélisation & Conseil s.a.r.l.

Hostorg Paris-Bastille
21, rue de la Roquette 75011
Paris
Centre Hostorg

Téléphone : 03 82 26 00 40
Télécopie : 03 82 91 25 83
Messagerie : tbrutman@hostorg-
effekt.com



*les spécialistes de la gestion
des risques décisionnels*



Légende accompagnant l'illustration.

Cet emplacement convient à un petit paragraphe décrivant votre organisation. Vous pouvez évoquer son but, sa mission, sa date de fondation, et résumer son histoire.

Ajoutez éventuellement une courte liste des produits, services ou programmes proposés, ainsi que la zone géographique couverte (par exemple, la région parisienne ou les marchés européens), sans oublier un profil des clients ou membres.

Indiquez la personne à contacter pour obtenir de plus amples renseignements sur votre organisation.

Titre de l'article de dernière page

La longueur de cet article est comprise entre 175 et 225 mots.

Si votre bulletin est plié pour être envoyé par courrier, cet article apparaîtra au dos de la feuille. Il doit donc être lisible en seul coup d'oeil.

Une série de questions et réponses est un bon moyen d'attirer rapidement l'attention du lecteur. Vous pouvez reprendre toutes les questions que vous avez reçues depuis le dernier numéro ou résumer des questions d'ordre général qui vous sont fréquemment posées.

Une liste des noms et fonctions des dirigeants de votre organisation est un bon moyen de personnaliser votre bulletin. Si votre organisation est de petite taille,

vous pouvez donner la liste de tous les employés.

Vous pouvez également donner les prix des produits et services standard. Vous pouvez aussi mentionner les autres moyens de communication de votre organisation.

Vous pouvez utiliser cet espace pour rappeler à vos lecteurs d'inclure dans leur emploi du temps un événement récurrent, tel qu'un déjeuner avec les fournisseurs et sous-traitants tous les troisièmes mardis du mois, ou une vente de charité semestrielle.

S'il reste de la place, vous pouvez insérer une image clipart ou un autre graphisme.