

#031

OPTIMISATION DE TOURNÉES : COMMENT S'ADAPTER AUX CONSÉQUENCES DE LA CRISE SANITAIRE ?

Distribution

Industrie

Prestataire

Digital

Dans le contexte de crise que nous traversons, l'optimisation de vos tournées a pu perdre en pertinence. Voici quelques pistes pour comprendre pourquoi et vous aider à ajuster la planification de vos opérations à ce nouveau contexte :

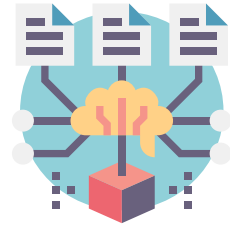


La variation du prix des carburants, le recours aux heures supplémentaires et les frais en matériel de protection ont perturbé vos modèles de coûts : il est nécessaire de les ajuster dans votre solution pour que l'optimisation en tienne compte dans le calcul des tournées,



La circulation est devenue quasi-inexistante. Assurez-vous que les modèles de trafic qui s'appliquaient jusqu'alors à vos optimisations ont bien été mis à jour,





L'absentéisme rend essentielle l'utilisation optimale des ressources.

À l'inverse, on peut s'attendre à ce que les consommateurs confinés soient moins exigeants quant au respect des créneaux de livraison. Reprioriser vos objectifs d'optimisation en fonction du nouveau contexte,

Si votre activité nécessite l'utilisation d'une sectorisation, l'explosion des livraisons à domicile et la fermeture des points de vente ont eu un impact fort sur la pertinence de vos tournées. Récoltez les données de quelques semaines d'historique pendant la crise et **utilisez votre solution en mode simulation via le Machine Learning pour redimensionner votre flotte et ajuster vos secteurs.**

Le Machine Learning est un fantastique outil stratégique en période de crise. Il permet non seulement d'utiliser **des historiques courts pour corriger des modèles devenus obsolètes**, mais également **d'intégrer le prévisionnel afin d'anticiper les chocs à venir ou gérer la sortie progressive de la crise.**



Raphaël de Castilla

Directeur des Opérations chez Kardinal



Depuis 20 ans, Raphaël de Castilla accompagne les entreprises dans leur digitalisation et la réduction de leurs coûts logistiques. Expert IT passionné d'innovations technologiques, il dédie son expertise à la résolution de problèmes complexes afin de construire une Supply Chain plus agile, en ligne avec les problématiques environnementales actuelles.

| À propos de l'ASLOG

L'ASLOG fédère plus de 400 entreprises issues de tous secteurs, forte de 2000 professionnels qui collaborent pour promouvoir et construire la Supply Chain de demain. L'ASLOG association neutre et indépendante, porte les enjeux de la Supply Chain.

Dès 1972, des hommes visionnaires ont pressenti que cette fonction serait déterminante pour toutes les entreprises. Depuis près de cinquante ans, les professionnels du secteur font de l'ASLOG le partenaire de référence.

L'ASLOG est l'interlocuteur privilégié des institutionnels et des pouvoirs publics sur toutes les questions relatives au secteur.

| #supplychain4good

La communauté **#SupplyChain4Good** a été créée à l'initiative de Michelin et de l'Aslog, dans le cadre de l'écosystème de Movin'On, en faveur d'une mobilité plus durable des marchandises.

#SupplyChain4Good se donne pour ambition de fédérer les acteurs qui œuvrent pour des Supply Chain qui sont simultanément bonnes pour la planète, les personnes et la performance des entreprises. Les membres de cette communauté sont des « chargeurs » (entreprises industrielles et commerciales), des « opérateurs » (transporteurs, logisticiens, compagnies maritimes, ports...), des « fonctions support » (académiciens, consultants, systèmes d'informations, régulateurs, ONG...). Ils couvrent tous les secteurs économiques et toutes les régions du monde. Leurs travaux se déroulent tout le long de l'année et trouvent un point d'orgue lors du Movin'On Summit annuel, sommet mondial des mobilités durables.