

OPM CONSEIL

Stratégie et pragmatisme au service des entreprises

Spécialisé dans la gestion de la Supply Chain, le cabinet de conseil OPM accompagne les entreprises dans la définition ou l'amélioration de leur stratégie avec des recommandations qui se veulent très opérationnelles. Une approche pragmatique, rendue possible grâce à l'expertise de ses consultants. Explications de Philippe Morel et de Frédéric Caumont, les deux associés du cabinet.



Philippe Morel et Frédéric Caumont, associés

Qu'est-ce qui caractérise l'offre d'OPM Conseil ?

Philippe Morel : Notre cabinet de conseil, qui a été créé en 2013, est spécialisé dans la gestion de la Supply Chain. Pour répondre aux besoins de nos clients, nous nous positionnons de deux manières qui se complètent : définir une stratégie sur une ou plusieurs années et accompagner sa mise en œuvre. Nous sommes capables d'être très pragmatiques en plus d'apporter une vision stratégique. Nous proposons des améliorations très opérationnelles grâce aux profils de nos experts qui ont tous exercé des fonctions opérationnelles réussies dans de grands groupes. Les enjeux de nos clients tournent autour de 2 grands sujets : augmenter à coût constant les capacités de traitement (en particulier sur le canal Internet) ou réaliser des économies.

Avez-vous un exemple d'approche pragmatique ?

Frédéric Caumont : Lorsqu'une entreprise nous demande par exemple de réduire les coûts d'un entrepôt et de tenir la promesse de livraison en 24h, nous recommandons d'adapter les horaires de travail (absence de chevauchement des équipes, développement du temps partiel, etc.). C'est un levier puissant et souvent sous-utilisé pour aligner la capacité à la charge, grâce à une bonne connaissance de la saisonnalité. Nous travaillons aussi avec la direction commerciale pour montrer combien une promesse commerciale homogène, c'est-à-dire tous les

produits livrés dans le même délai, impacte les coûts de la Supply Chain.

Qu'est-ce qui fait la force de cette offre ?

P. M. : Notre expérience éprouvée dans des grands groupes, qui explique d'ailleurs que les clients viennent nous chercher. Alors qu'un cabinet de conseil fait souvent des démarches commerciales, nous avons de notre côté la chance d'avoir un réseau qui s'adresse directement à nous. Notre approche est également un élément différenciant : nous posons une première question « quelle est votre promesse commerciale ? », et quand celle-ci est formalisée, nous co-construisons avec nos clients et les opérationnels un processus et une organisation pour que se mette en place une compréhension mutuelle des problématiques. Surtout, nous nous appuyons sur des simulations d'évolution des coûts, car il n'est pas possible de concevoir une organisation sans identifier et chiffrer les coûts ! Ainsi, nous nous attachons à décomposer les prix de revient souvent en pourcentage sur le chiffre d'affaires et proposons d'agir sur les postes significatifs.



Qui s'adresse à vous ?

F. C. : Nos clients sont des distributeurs, des industriels, des fonds d'investissement, des sociétés de service. Nous déroulons des organisations dans tous les secteurs, la distribution spécialisée (physique et digitale), l'industrie (les produits pharmaceutiques, la plasturgie, le bois), les services (eco-organisme, assureurs, télécoms) Parmi nos clients, figurent par exemple Saint-Gobain Distribution, Orange, Verallia, Veepee, ManoMano ou encore Ecologic.

Quels retours avez-vous ?

P. M. : 90 % de nos interventions ces trois dernières années ont donné lieu au prolongement de notre accompagnement !

