

CUPRINS

Argument	XI
Abrevieri	XIV
CAPITOLUL 1 – DEMERSUL MANAGEMENTULUI CĂTRE MANAGEMENTUL COLABORATIV	1
1.1. Procesul schimbării strategiei	3
1.2. Managementul alianțelor	10
1.3. Parteneriatul dintre producator și distribuitor	20
1.4. Managementul colaborativ (Collaborative Management), o strategie de viitor	28
CAPITOLUL 2 – SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (SCM)	41
2.1. Managementul lanțului de distribuție/aprovizionare (SCM - Supply Chain Management)	43
2.2. Integrarea în lanțul de distribuție /aprovizionare	60
2.3. Managementul proceselor lanțului de distribuție/aprovizionare folosind modelul SCOR (Supply Chain Operations Reference)	64
2.4. Reproiectarea proceselor lanțului logistic	79
CAPITOLUL 3 –EFFICIENT CONSUMER RESPONSE (ECR)	113
3.1. ECR – răspuns eficient pentru consumator, orientare strategică a SCM	115
3.2. Procese ECR	121
3.3. Programul de reprovizionare continuă (CR – Continuous Replenishment Programme) și managementul lanțului logistic	128
3.4. Modelul global ECR - Europe privind trasabilitatea și siguranța alimentară pe lanțul logistic	138
CAPITOLUL 4 – MANAGEMENTUL CERERII (DEMAND SIDE)	151
4.1. Raportul nevoie - calitate în satisfacția și loializarea consumatorului	153
4.2. Managementul valorii la consumator (Consumer Value Management)	161
4.3. Clientul conduce relația (Customer Managed Relationship) prin relevanța acestuia. Studiu de caz	166
4.4. Entuziasmarea consumatorului	174
4.5. Implementarea entuziasmului consumatorului	181
4.6. Administrarea rupturilor de stoc (OOS - Out of Stock) pentru un răspuns eficient la consumator. Studiu de caz	187

CAPITOLUL 5 - MANAGEMENTUL CATEGORIEI (CATEGORY MANAGEMENT)	199
5.1. Introducere în managementul categoriei	201
5.2. Analiza categoriei. Managerii de categorie	208
5.3. Procesul managementului categoriei. Studiu de caz	216
CAPITOLUL 6 – MANAGEMENTUL OFERTEI (SUPPLY SIDE)	239
6.1. Managementul colaborativ al relației cu furnizorul (SRM – Supplier Relationship Management)	241
6.2. Flexibilitatea operațională a lanțului de aprovizionare	248
6.3. Alinierea strategică a furnizorilor de servicii logistice (3PL – Third-Party Logistics) la managementul lanțului de distribuție/aprovizionare	254
6.4. Tehnici și instrumente în serviciile logistice	260
6.5. Managementul relației cu clientul (CRM – Customer Relationship Management)	265
6.6. Managementul strategic al valorii la consumator	273
6.7. Ambalarea /împachetarea produselor gata pentru expunere (SRP – Shelf Ready Packaging)	278
CAPITOLUL 7 – TEHNOLOGII ALE INFORMAȚIEI ȘI COMUNICAȚIILOR ÎN SCM	301
7.1. Transferul electronic de date (EDI – Electronic Data Interchange)	303
7.2. Implementarea proiectului de transfer electronic al datelor	309
7.3. Citirea optică a codurilor cu bare	315
7.4. Sisteme și servicii informaționale la nivel de magazin	323
7.5. Servicii informaționale oferite de terți (4PL – Fourth-Party Logistics). Value Added Network	328
7.6. Comandarea asistată de calculator (CAO – Computer Assisted Ordering)	337
CAPITOLUL 8 - STANDARDE GLOBALE ÎN SCM, ÎN CONSUMER GOODS ȘI RETAIL	345
8.1. Folosirea RFID (Radio Frequency Identification) și EPC (Electronic Product Code) în managementul lanțului de distribuție	347
8.2. Alinierea informațiilor într-un lanț logistic, prin standardele GDS (Global Data Synchronization) și EPC Global, coordonate de GCI (Global Commerce Initiative)	355
8.3. Procesul de management al standardelor globale GSMP (Global Standards Management Process) în Consumer Goods SCM	362
8.4. Clasificarea globală a produselor (GPC-Global Product Classification)	371
8.5. Etichetarea inteligentă (Intelligent Tagging)	376

CAPITOLUL 9 – INSTRUMENTE MANAGERIALE (ENABLERS & INTEGRATORS)	383
9.1. Comerțul electronic B2B (Business To Business)	385
9.2. Colaborarea în planificare, prognoză și reprovizionare (CPFR – Colaborative Planning, Forecasting and Replenishment)	395
9.3. Analiza costurilor pe activități (ABC – Activity Based Costing)	405
9.4. Reducerea fenomenului Shrinkage în organizațiile și procesele unui lanț logistic	410
9.5. Managementul ameliorării continue - Kaizen. Gemba Kaizen	419
9.6. Six Sigma	425
9.7. Lean Thinking	432
CAPITOLUL 10 – MĂSURAREA PERFORMANȚEI SCM	453
10.1. Măsurarea valorii la consumator	455
10.2. Măsurarea performanței alianței dintre două organizații pentru promovarea unui produs FMCG (Fast Moving Consumer Goods). Studiu de caz	461
10.3. Măsurarea performanței alianței dintre doi parteneri ai lanțului de distribuție/aprovizionare prin ECR Global Scorecard	466
10.4. Tabloul de bord - instrument de pilotare al performanței proceselor cheie (Dashboard Performance) al lanțului de distribuție/aprovizionare. Studiu de caz	475
10.5. Performanța SC și managementul strategic colaborativ al acestuia prin TBE (Tabloul de Bord Echilibrat). Studiu de caz	481
Dicționar selectiv	511
Lista figurilor	546
Lista tabelelor	550