

Presentazione Marca

19 Gennaio 2012

Contesto : prendere atto del cambiamento nel mondo del Retail



Rapporto con i Fornitori . → **Mercato**

Rapporto Costi/Margine in aumento: → **Organizzazione**

e-XXXXXXX e B2X → **Tecnologia**

Non basta operare un restyling ma reinventare il Modello delle Relazioni e dei Processi.

Quindi occorre.....

Fattori di Successo

- 1. Esperanto del business (STD)**
- 2. Si devono ridurre le attività che non generano valore aggiunto per l'azienda.**
- 3. L'informazione va presa dove si genera e trattata in modo automatico con una diminuzione degli errori che scaturiscono dai numerosi passaggi che oggi i dati subiscono**
- 4. Occorre rivedere pesantemente l'Organizzazione**
- 5. Obiettivi troppo ambiziosi e/o per mancanza di "cultura" dell'ambiente producono il fallimento di un progetto.**
- 6. Passare dalla sola Logistica della Merce alla Logistica dell'Informazione**
- 7. Eliminare le continue reiterazione di attività fatte in più punti dei Sistemi Aziendali**
- 8. Vivere, e soprattutto metabolizzare la cultura della Partnership come opportunità**
- 9. Tendere a configurare il modello delle nostre Imprese in forma "reticolare" con "nodi" interrelati tra Partner dove le informazioni dovranno viaggiare in tempo pressoché reale.**



Fattori di successo

- 10) Non credere che la tecnologia da sola basti !!**
- 11) I Sistemi e la Logistica devono supportare il Business, non guidarlo, ed il business deve essere in grado di esplicitare in modo chiaro le proprie necessità informative**
- 12) Il cambiamento deve riguardare l'intero processo dal Fornitore al Distributore . Entrambi devono metabolizzarlo all'interno dei meccanismi di relazione.....quindi l'importante è definire obiettivi condivisi, piccoli (meglio) o grandi che siano, e marciare verso la stessa direzione. Senza “collaborazione” il progetto è destinato a fallire per cui occorre stabilire un piano d'azione incisivo tra Fornitori e Distributori**
- 13) Questo cambiamento non deve più far parte degli Obiettivi delle singole Funzioni ma dei FCS dell'Azienda per cui è indispensabile un Alto Commitment !!!!**

Contesto : la tecnologia a supporto del cambiamento



- **Si sta ormai diffondendo anche in Italia , e purtroppo con troppa lentezza rispetto ad altri paesi europei, la consapevolezza sulle molteplici opportunità che le nuove tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione mettono a disposizione delle Funzioni preposte alla gestione della Supply Chain di una qualsiasi organizzazione :**
 - **CATALOGHI WEB**
 - **SISTEMI DI NEGOZIAZIONE ON LINE (ASTE, RFX,..)**
 - **SISTEMI DI INTEGRAZIONE E DI COLLABORAZIONE LUNGO LA FILIERA**

Contesto : la tecnologia a supporto del cambiamento



Con l'avvento di Internet lo scenario cambia radicalmente dal punto di vista delle opportunità . Infatti lo sviluppo di reti Extranet, e non più “punto-punto” , ma “ molti a molti” ed i nuovi applicativi Web, che consentono una fortissima integrazione tra gli attori di un processo a costi “ragionevoli”, ci portano a dover reinventare i paradigmi di una nuova relazione e con chiavi di lettura diverse rispetto al passato (EDI).

Come è possibile che si possa con estrema facilità trasmettere in pochi secondi un'informazione mentre per renderla disponibile , e soprattutto fruibile, occorrono delle ore , se non dei giorni ? ... mentre quasi tutti i Processi di una azienda hanno bisogno dei Dati granulari e tempestivi delle Referenze

Occorre sviluppare una Supply Chain dell'Informazione

Catalogo Elettronico **COOP ITALIA**



Anno 2002 , Coop Italia decide di iniziare un progetto di B2B con l'obiettivo di portare vantaggi per il Sistema Coop, dalla contrattazione agli acquisti, alle transazioni economiche ed alla relativa gestione amministrativa, alla logistica, alle informazioni di vendita'' e cercando di creare , all'interno, una cultura più portata alla collaborazione e sincronizzazione tra le parti

Focus su Catalogo+EDI/Euritmo

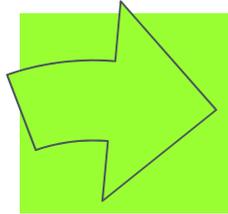


Reparti Attivati	2011			2010			2009		
	Stagingx	Anabel	%	Stagingx	Anabel	%	Stagingx	Anabel	%
Food	12	19*	63%	11	12	92%	4	12	33%
Non Food	28	34	82%	24	33	73%	18	32	56%
Coop Salute	3	4**	75%	2	3	67%	2	3	67%
Totale Reparti Attivati	43	57	75%	37	48	77%	24	47	53%

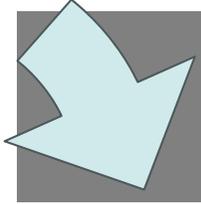
Fornitori Attivi	2011			2010			2009		
	Stagingx	Anabel	%	Stagingx	Anabel	%	Stagingx	Anabel	%
Food	212	793	27%	122	583	21%	64	301	23%
Non Food	846	1.038	82%	394	907	43%	203	830	24%
Coop Salute	16	33	48%	7	40	18%	16	55	29%
Tot. Fornitori Attivi	1.074	1.864	58%	523	1.530	34%	283	1.186	24%

Prodotti Sincronizzati	2011			2010			2009		
	Stagingx	Anabel	%	Stagingx	Anabel	%	Stagingx	Anabel	%
Food	1.527	6.087	25%	427	3.935	11%	118	4.775	2%
Non Food	20.121	29.693	68%	15.036	26.357	57%	13.996	23.379	60%
Coop Salute	1.009	1.231	82%	2.303	2.607	88%	370	736	50%
Totale	22.657	37.011	61%	17.766	32.899	54%	14.484	28.890	53%

Pagamento



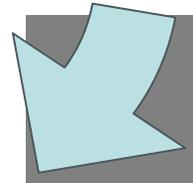
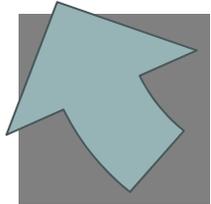
Catalogo Elettronico



Ordine (00)

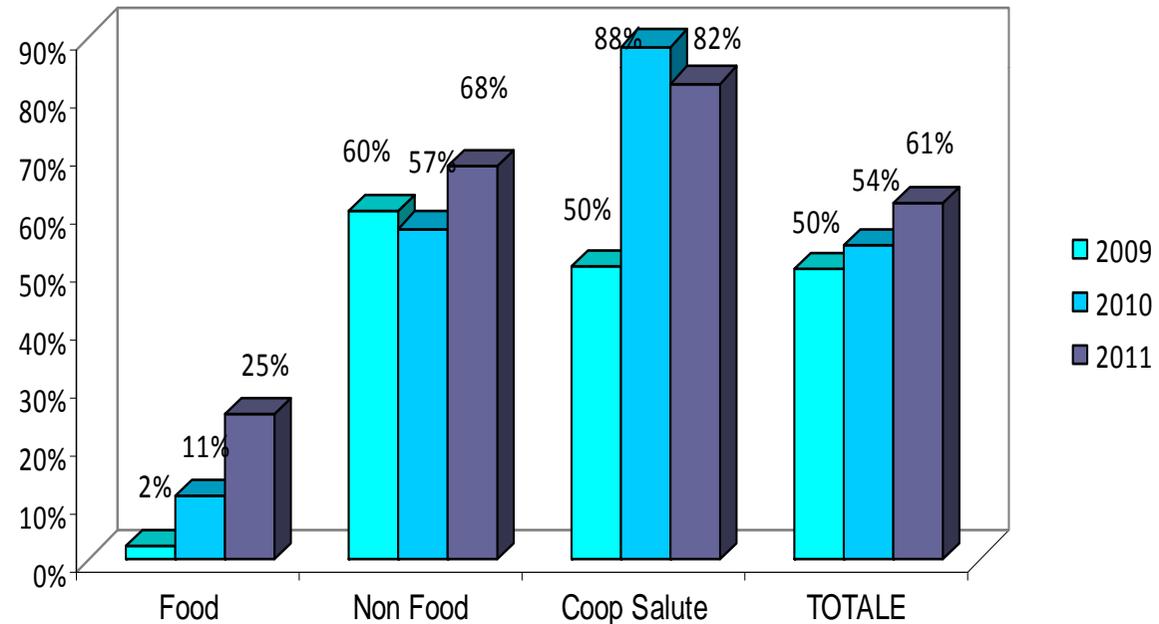
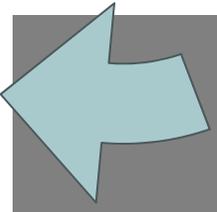
e - SUPPLY- CHAIN
DELL'INFORMAZIONE
Efficace ed Efficiente

Fatturazione (80')



Conferma (00)

DESADV (00'-05')



Attuali Criticità del Processo (Slide del 2010)

- Spesso ci sono ritardi nella Pubblicazione dei Dati rispetto alla presentazione al Category dei nuovi prodotti, che per Coop Italia sono prioritari (capita che le informazioni carteece arrivino prima dei dati elettronici !!!)
- Non sempre c'è la disponibilità degli Attributi richiesti da Coop (circa 68 su + di 300 potenziali)
- Non sempre c'è condivisione delle Regole GS1



RISULTATI (Misurati)

Riduzione Tempi di Set-Up Anagrafico: eliminato circa l'80% del tempo necessario all'inserimento di un prodotto che costa all'azienda dai 12 ai 15 minuti per prodotto. fonte COOP

Time to Market: -10 gg fonte COOP

Allineamento Dati : + 45% fonte COOP

Riduzione rotture di Stock e merce respinta per errata codifica fonte Produttore

Maggiore immediatezza del Riordino dai CEDI al PdV fonte Produttore

STUDIO ACCENTURE e CAP GEMINI

Miglioramento nel Processo della Gestione Ordini del 67% lato Fornitori e di circa il 50% lato Distributori



Proposta : una sfida per collaborare

Perché non prevedere nella stesura di un contratto tra Fornitori e Distributori anche un “paragrafo” relativo ai processi a valore aggiunto che vengono generati dalla collaborazione tra flussi informativi delle aziende partner ??

Perché non aprire un tavolo di lavoro comune dove s’individuino i momenti possibili di miglioramento e si misuri , per entrambi, i risultati veri dei processi di collaborazione attraverso la definizione di un modello di KPI , condiviso e non arbitrario ??

Perché non lavorare insieme per la riduzione dei Costi attraverso le nuove tecnologie ?

Perché non condividere le informazioni , non ritenute riservate, per comprendere meglio le vendite ed la domanda dei Clienti ?

Grazie dell'attenzione

