

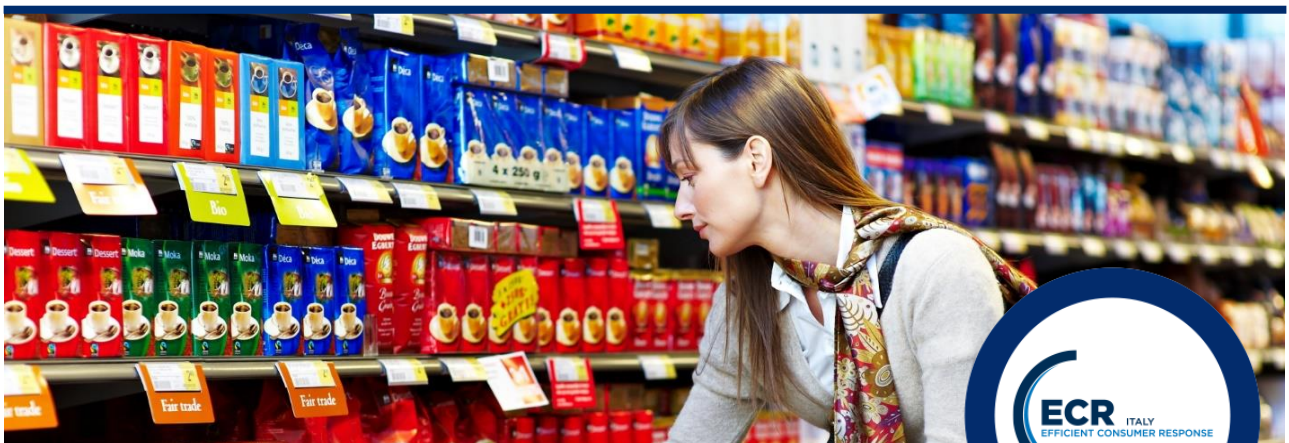


The Global Language of Business

Il Monitor ECR-OSA – Case study

I percorsi virtuosi delle aziende

Release 1.0, Approved, novembre 2020



1. Il caso aziendale

Dimar: out of stock è out of business.
Il livello di servizio al cliente per orientare
il processo di miglioramento.



Il percorso intrapreso

L'azienda crede che il percorso di miglioramento globale in ambito Optimal Shelf Availability (OSA) deve essere fortemente orientato al livello di servizio verso il cliente finale.

Plasmare i processi aziendali e le azioni avendo a cuore il consumatore finale, significa soddisfare i bisogni e le richieste, prendendo impegni che non devono essere disattesi.

Questo per un distributore si traduce nel **creare un rapporto di fiducia e fidelizzazione reciproca con i propri clienti**, significa mantenere questa relazione, rafforzarla e crearne di nuove. Vuol dire **ascoltare e soddisfare le richieste** che vengono fatte, mantenendo **alta l'attenzione verso i trend del mercato della GDO** in continua evoluzione, **minimizzando gli sprechi** delle risorse aziendali e impegnandosi nel **ridurre le inefficienze**.

Confrontarsi costantemente con il livello di disservizio e il livello di out of stock generati nei punti vendita, non è semplice. Esistono diverse modalità di approcciare al problema e di indentificare la metodologia migliore per superare le inabilità per creare valore aggiunto.

Per questo motivo l'azienda ha iniziato nel 2013 un percorso di ricerca nel mercato delle soluzioni tecnologiche, per individuare un sistema che potesse misurare e quantificare il livello di disservizio generato nelle loro strutture. **Sono state sperimentate diverse soluzioni, ma è nel 2016 dove si consolida il percorso intrapreso inizialmente con il gruppo di lavoro attivo in GS1 Italy, in ambito ECR.** Quando Dimar decide di aprire un tavolo aziendale dedicato all'OSA, in collaborazione con IRI.

Questo passo si è rivelato essere **la soluzione ideale**, perché ha permesso di **identificare una reportistica sul modello del Barometro ECR-OSA**, modulata secondo le esigenze aziendali sia a livello di metriche e sia a livello di attributi (struttura, canale, posizione geografica, categoria merceologica, reparto, concorrenza, etc). È stato così possibile **misurare in modo continuativo gli indici di interesse** ed **effettuare analisi mirate** per poter **intervenire con efficacia** all'evidenza di una situazione critica.

Sono state coinvolte le cinque principali aree aziendali in modo trasversale, per sfruttare al meglio il set di informazioni di cui si dispone, mettendo a disposizione una fonte dati univoca e attendibile per rispondere alla necessità di estrapolare informazioni a seconda delle diverse competenze.

- **Vendite**
per valutare le criticità e le possibili modalità di intervenire nella risoluzione dei problemi.
- **Organizzazione del lavoro**
per poter gestire le risorse umane delle strutture in modo produttivo.
- **Acquisti**
per avere visibilità sia sui livelli di servizio prodotte dai Ce.Di., sia sugli andamenti delle referenze. Ad esempio si possono presentare situazioni di mancato approvvigionamento da Ce.Di..
- **Space allocation**
per valutare insieme all'area acquisti soluzioni differenti sul piano dell'esposizione dei prodotti.

- **Logistica**
per focalizzare l'attenzione sul livello di servizio del trasporto delle merci in fase di consegna alle filiali.
- **Riordino**
per valutare i livelli di servizio sia di sistemi di riordino automatico, sia di modalità di riordino manuale, con un particolare focus su tutto quello che riguarda la parte di approvvigionamento e servizio al cliente finale.

La reportistica OSA è stata integrata con una dashboard interna aziendale, per migliorare ancor di più il livello di analisi e individuare dall'incrocio delle metriche analizzate i dati di interesse, che arrivano da due sistemi di monitoraggio diversi.

Ad esempio è stato possibile analizzare la relazione tra l'indice di rotazione dei prodotti a scaffale e il livello di servizio per punto vendita reparto in una specifica provincia in cui l'azienda opera.

L'analisi incrociata ha permesso di capire come sia possibile ridurre inutili overstock nei punti vendita, mantenendo alto il servizio verso la clientela. Nel tempo è migliorata in modo sistematico la gestione delle rotazioni, ottenendo a parità di prodotto meno sprechi di risorse nella supply chain e una miglior performance dei prodotti sullo scaffale. Sapere dove poter operare è un grande vantaggio perché riduce anche lo spreco di risorse umane e disporre a livello di sistema di strumenti specifici è sempre più fondamentale.

Il progetto pilota e i benefici riscontrati

L'esperienza si è arricchita con la partecipazione al progetto Pilota Monitor ECR-OSA, in collaborazione con 3 produttori (Barilla, Ferrero, L'Oréal) e il solution provider IRI.

L'evoluzione del sistema è stata caratterizzata dall'integrazione dell'analisi del flusso dati di vendita a livello di codice prodotto (GTIN), negozio, giorno con il flusso dati di stock giornaliero a punto vendita.

Elemento che si è rivelato fondamentale per creare un sistema più preciso e una reportistica in grado di poter individuare le causali più comuni di out of stock e le situazioni a rischio imminente.

Implementare una **metodologia di analisi che ha come chiave di lettura condivisa l'andamento del disservizio** prodotto sia in valori analitici, sia con l'indicazione delle principali causali alle quali si può ricondurre, è un grande beneficio.

Consente di capire in modo puntuale dove poter operare e questo si traduce principalmente nella riduzione dei tempi dedicati alle attività di analisi.

È infatti stato **possibile individuare velocemente situazioni di out-of-stock, giacenze errate e quindi poter intervenire quasi in tempo reale**. Inoltre sapere cosa è successo nella settimana, permette di individuare rapidamente le aree critiche su cui focalizzare l'attenzione e attuare correzioni sulla settimana successiva.

L'aiuto che la reportistica OSA (Barometro e Monitor) fornisce a livello di sistema è molto importante. Resta però fondamentale, per un processo di miglioramento continuo in ambito OSA management, **mantenere una relazione di dialogo e collaborazione tra le diverse funzioni aziendali e consolidare la volontà di voler affrontare le situazioni critiche**, che si presentano nella quotidianità e nell'operatività dei processi.

La parola a Dimar

"Il focus è sul miglioramento del servizio al cliente.

Ciò ha determinato lo sviluppo di una reportistica ad hoc per metriche e per strutture, consentendoci di analizzare gli indici di nostro interesse ed effettuare analisi mirate per intervenire con efficacia all'evidenza di una situazione critica."

"Condividere il tavolo di lavoro con altre grandi aziende è un'esperienza di crescita.

Si condividono obiettivi comuni per trovare soluzioni innovative per migliorare il mercato in cui operiamo."

Quelli del codice a barre, il linguaggio globale per la trasformazione digitale.

A partire dall'introduzione rivoluzionaria del codice a barre nel 1973, l'organizzazione non profit GS1 sviluppa gli standard più utilizzati al mondo per la comunicazione tra imprese. In Italia, GS1 Italy riunisce 35 mila imprese nei settori largo consumo, sanitario, bancario, della pubblica amministrazione e della logistica.

Oggi più che mai le imprese devono garantire ai consumatori accesso immediato a informazioni complete e affidabili.

I sistemi standard, i processi condivisi ECR, i servizi e gli osservatori di ricerca che GS1 Italy mette a disposizione permettono alle aziende di creare esperienze gratificanti per il consumatore, aumentare la trasparenza, ridurre i costi e fare scelte sostenibili. In breve, con GS1 la trasformazione digitale è più semplice e più veloce.

GS1 ITALY

Via Pietro Paleocapa, 7

20121 Milano

T +39 02 7772121

E info@gs1it.org

gs1it.org

