


SOLUZIONI PER LA LOGISTICA

a cura di **Luciano Barelli**

 Per uno sguardo allargato sugli argomenti trattati in questo articolo, vi segnaliamo il seguente Percorso di lettura: www.largoconsumo.info/09-2008/PL-0908-006.pdf (Tecnologie per la supply chain)

Iungo Fashion punta la moda

Le molte società italiane che operano nel mondo del fashion hanno oggi a disposizione un nuovo software di supply chain management, concepito proprio per loro. Si tratta di Iungo Fashion, un software multilingua realizzato da Smarten srl, una società specializzata nella realizzazione di soluzioni informatiche di supply chain collaboration, che si presenta come un portale all'interno del quale il manager degli approvvigionamenti trova un quadro sinottico sempre aggiornato del parco fornitori e dello stato ordini.

L'idea di fondo è che tutti i fornitori non debbano modificare i loro consueti processi interni per scambiare le informazioni con il cliente. È infatti Iungo Fashion che si fa carico della comunicazione, inviando, in automatico, un messaggio in posta elettronica con l'ordine, del tutto simile al classico fax. I fornitori hanno la possibilità di apporre modifiche o confermare semplicemente rispondendo all'email. Il portale riceve le risposte e in real time vengono aggiornati i sistemi gestionali con i quali può essere integrato.

Nella verticalizzazione per il comparto fashion, l'email con l'ordine presenta a ogni riga i campi taglia e colore che possono essere modificati sia dal buyer sia dal fornitore, evitando così errori di consegna e/o fatturazione spesso frequenti.

Iungo Fashion vanta già

referenze quali Calzedonia e Cadica.

Sap tra gli angioletti di Thun

La volontà di migliorare la pianificazione delle attività, di aumentare la penetrazione nei mercati di riferimento, di diversificare la gamma prodotti, riqualificare la rete di distribuzione e incrementare i negozi monomarca e la formula degli shop-in-shop: questi sono stati gli obiettivi che hanno spinto Thun, azienda di Bolzano famosa per i suoi angeli in ceramica e la gamma di articoli da regalo, a scegliere una soluzione Sap nonostante l'azienda, pur con i suoi 2000 punti vendita, di cui 245 monomarca, sia da considerarsi di medie dimensioni. La soluzione si compone dalla suite Erp completa, con in più i moduli di Business datawarehouse e di Business intelligence. Come risultato del progetto, diversi reparti aziendali possono ora lavorare sullo stesso punto vendita, avere una visione unica della rotazione quindicinale dell'assortimento e sapere quali referenze andranno in vetrina, in modo da richiedere più prodotti da posizionare all'interno del punto vendita. Sul fronte dell'innovazione, è stata organizzata la mappatura dei processi relativi alla creazione di nuovi prodotti con l'obiettivo di ottimizzare le comunicazioni tra gli uffici e gli stabilimenti in Italia e all'estero e velocizzare lo sviluppo del prototipo, la sua industrializzazione, produzione e distribuzione.

Riverbed annulla le distanze

Annullare le distanze tra le diverse sedi aziendali con un'efficiente rete wireless

lan, consolidare i server in un unico centro eliminando la necessità di uno storage locale: sono questi i risultati ottenuti da Om Carrelli Elevatori con l'ausilio delle appliance Steelhead di Riverbed.

L'infrastruttura informatica dell'azienda bresciana, che oggi fa parte di Kion group, vede la presenza di circa 700 utenti di pc collegati a sistemi centrali, dislocati in 16 filiali tra Italia ed Europa, con conseguente richiesta di banda in continua crescita. Grazie alle nuove appliance, Om dichiara di avere rilevato un netto miglioramento delle prestazioni, tanto che la distanza tra le diverse sedi oggi non viene più percepita dall'utente. Inoltre, la centralizzazione dei dati, oltre a garantire maggiore sicurezza dei documenti, evita anche costi di installazione, manutenzione e di backup nelle filiali. Infine, le appliance Steelhead permettono di valutare le performance del carrier Tlc: non si tratta di una vera e propria analisi di rete, ma si riesce ad avere un'idea abbastanza precisa dell'andamento del servizio in modo da poter monitorare eventuali discrepanze con il livello atteso e garantito. Per questo, in futuro, la soluzione Riverbed potrebbe essere estesa all'intero gruppo Kion, consolidando i server in un unico data center.

Da Wish Day incentivi su misura

Si chiama Lip (Loyalty & incentive platform). È una piattaforma on line per la gestione dei programmi aziendali di fidelizzazione e incentivazione. A lanciarla, dopo uno sviluppo tecnologico di quasi due anni, è Wish Days, società di Verona specializzata, con il

brand Elation, nel settore expense gift, che comprende buoni regalo e scrigni weekend, ossia i cofanetti che offrono fine settimana in strutture convenzionate spesso esclusive, attività di team building alternative, di taglio enogastronomico, sportivo o in centri benessere, fino ai viaggi incentivi, come quelli per il Sei nazioni di rugby o l'America's Cup. Disponibile nelle due versioni Standard (gratuita), per imprese di piccole e medie dimensioni, ed Enterprise, per i programmi strutturati delle grandi realtà aziendali, Elation Lip si propone come uno strumento all-in-one per gestire profilo cliente, sconti, convenzioni, cataloghi e premi; con la possibilità di personalizzare l'interfaccia on line, che può assumere il look&feel aziendale, e l'integrazione con i principali sistemi web 2.0. La piattaforma comprende 2.000 viaggi, 6.000 esperienze per il tempo libero e 40.000 articoli di elettronica di consumo costantemente aggiornati.

Meno carta e più profitti con Esker

Se calcolate il tempo e le risorse che vengono consumati dalla gestione cartacea degli acquisti, il costo totale di un unico ordine può raggiungere addirittura i 100 euro, sostiene Esker: questa cifra può essere ridotta di oltre il 60%, grazie a soluzioni di e-purchasing, come per esempio Esker e-Purchasing per Sap. Ciò grazie alle funzionalità della soluzione che si integra al 100% con l'Erp di Sap e che fornisce l'indicazione dello stato di consegna degli ordini di acquisto direttamente all'interno delle applicazioni, indipendentemente dal metodo di tra-

smissione, oltre al processo di approvazione dell'ordine di acquisto basato su web, con l'inoltro automatico delle copie a destinatari aggiuntivi, l'invio sicuro dei messaggi di posta elettronica grazie all'utilizzo della firma elettronica, l'archiviazione elettronica e infine un metodo di distribuzione flessibile secondo le preferenze del fornitore. Le aziende che implementano questo tipo di automatizzazione, sostiene la casa lionese, sono in grado di riorganizzare il proprio personale e di risparmiare migliaia di pagine di carta. Inoltre l'automatizzazione della gestione degli acquisti permette l'ottimizzazione della gestione dell'inventario, la riduzione dei costi di trasporto e l'incremento dei profitti.

La vendemmia non è più un problema

LookOut è una soluzione Erp di Led Engineers che contiene tutti gli strumenti indispensabili per la gestione di una cantina cooperativa. Si parte dal Catastino soci, che è lo strumento base che contiene tutti i dati delle singole particelle di cui il socio è proprietario o affidatario.

Per ogni socio vengono definiti i dati dei fondi e dei vigneti, che corrispondono a un insieme di particelle catastali, le quali contengono tutte le informazioni che rappresentano l'anagrafe dei terreni, e che pertanto sono l'unità base per la gestione del conferimento. In funzione degli ettari, della varietà e della tipologia (Igt, Doc) vengono valorizzate le vendite dell'uva, si conteggiano le quote del capitale sociale e si calcolano i compensi. C'è poi un Libro soci, che è un registro in cui vengono riporta-

te, socio per socio, tutte le operazioni che riguardano le quote sociali e quindi l'intero capitale sociale della cantina o della cooperativa. In qualunque momento si può, quindi, sapere il totale del valore sottoscritto, versato o da versare. A fine vendemmia, dopo avere fissato i prezzi, per ogni conferimento viene quantificato quanto dovuto in base ai parametri prestabiliti e si emettono i mandati di pagamento, che ogni socio potrà riscuotere in banca. Grazie a LookOut, tutte queste operazioni vengono automaticamente registrate in contabilità. Anche la vendemmia, quindi, sicuramente uno dei momenti più delicati della gestione di una cantina cooperativa, con LookOut diviene di facile gestione.

Da Dataprogress una nuova release

Il noto systems integrator milanese, che vanta una presenza sul mercato italiano dal lontano 1979, ha annunciato un'evoluzione del suo Erp Magia3. Si tratta di una release basata su componenti standard e "open", il che permette aggiornamenti basati su standard internazionali e indipendenti. Le metodologie di sviluppo adottate garantiscono un facile passaggio a release futuri senza dovere ridisegnare le personalizzazioni implementate. Le funzionalità sono molteplici e riguardano la pianificazione e il budget, le vendite, la programmazione e la gestione della produzione, la logistica e la distribuzione, gli approvvigionamenti, l'amministrazione, la finanza e il controllo di gestione. Sono inoltre disponibili strumenti integrati di analisi dati e business intelligence, di workflow e business process ma-

nagement, di Crm. La struttura web-based consente la fruibilità delle applicazioni all'interno dell'azienda e, da parte dei fornitori, una navigazione facilitata da un'intuitiva interfaccia grafica e l'integrazione con le applicazioni di clienti, fornitori ed end-user. Il tutto viene offerto accompagnato da funzionalità di sicurezza, per la difesa degli asset It e a garanzia di un corretto utilizzo delle applicazioni. A beneficio soprattutto delle aziende di minori dimensioni, Magia3 è disponibile anche in outsourcing in modalità Asp.

Experian innova il recupero dei crediti

Si tratta di una suite integrata di analisi e monitoraggio chiamata Experian Collections & Recoveries, che si compone di un set di strumenti informatici e servizi, e che si indirizza a tutte le aziende che chiedono di potere meglio gestire e tutelare i crediti nelle fasi di pre-insolvenza, insolvenza e recupero. La suite permette di analizzare e profilare le singole posizioni debitorie, valutarne e monitorarne la criticità, individuare e mettere in atto le migliori strategie di recupero. La visione preventiva delle criticità si traduce non solo in una riduzione dei costi da perdite o recuperi, ma anche in maggiori possibilità di concordare piani di rientro sostenibili. La suite si compone di più moduli, acquisibili anche in parte, a seconda delle proprie specifiche esigenze, come quello per automatizzare le procedure di recupero dei crediti, con la segmentazione dei clienti in funzione delle criticità, il monitoraggio del portafoglio e i servizi di allerta, quello per rilevare i cambiamenti nelle capacità di pa-

gamento della clientela, per aggiornare costantemente i dati di reperibilità della clientela, per la convalida dei dati bancari e per mantenerli sempre aggiornati, per l'analisi del portafoglio e per la definizione delle strategie di collection.

Esselunga ottimizza il pricing

La decisione di Esselunga di scegliere la piattaforma di pianificazione Oracle Retail nasce dalla necessità di fornire ai team commerciali, acquisti e marketing una fonte integrata di informazioni, comprensiva di dati di vendita correnti e storici, dei livelli di magazzino e dei prezzi dei concorrenti. Il sistema sfrutta queste informazioni per ricavare raccomandazioni sulle opportunità di pricing, a supporto del processo decisionale.

Grazie a Oracle Retail, Esselunga è ora in grado di prevedere l'impatto dei livelli di prezzo in ogni categoria: questo consente di eseguire un riposizionamento dei prezzi per massimizzare l'efficacia rispetto ai concorrenti e, nel medesimo tempo, minimizzare le conseguenze negative sui margini. Il progetto rientra nella strategia globale di offrire sempre il migliore prezzo possibile nei 138 punti vendita della catena: avendo visibilità sui prezzi dei concorrenti, Esselunga può ora ricalcolare l'Index Pricing, simulare l'effetto di un eventuale cambiamento e identificare il prezzo ottimale di ciascun prodotto.

Secondo quanto dichiara Esselunga, prima di implementare la soluzione Oracle Retail, l'intero processo di aggiornamento dei prezzi richiedeva alcune settimane di tempo, mentre oggi il time-to-market è stato ridotto di oltre il 50%.