



Idee e strumenti per l'impresa manifatturiera del domani

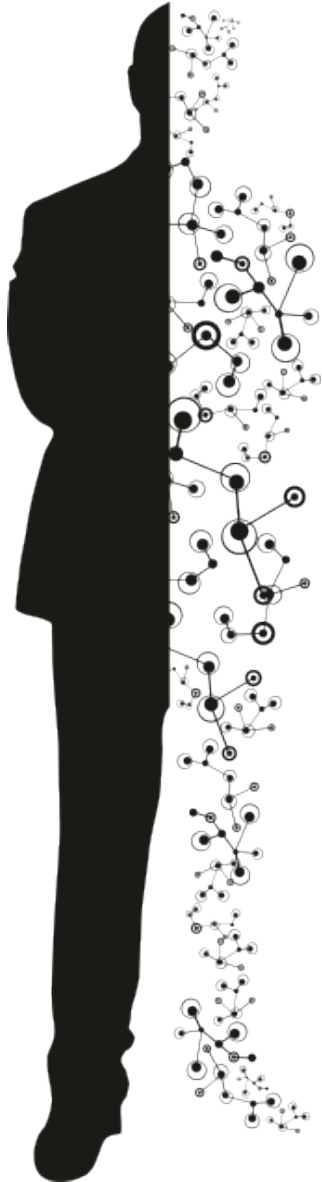
Verona, 27 giugno 2013

La generazione del valore attraverso il controllo dei processi: la supply chain come elemento strategico.

(Andrea Artiglia e Giuseppe Giambusso)

WEGE

LA RISPOSTA EVOLUTA DELLA CONSULENZA ALLA DINAMICITÀ DEL MERCATO.



MCS, Q&O e PTM tre società di consulenza che, fra le prime, hanno compreso il ruolo fondamentale della rete come mezzo per promuovere innovazione.

È attraverso la rete che si attiva la conoscenza di altre realtà e farne parte è il passo fondamentale per creare nuove relazioni e nuove opportunità di collaborazione e di crescita per le aziende.

La rete WEGE nasce da qui, con la volontà di proporsi per ascoltare e di conoscere per capire, in un approccio che offre strumenti per migliorare la capacità delle organizzazioni di costruire le proprie soluzioni e strategie di innovazione e di progressivo miglioramento.

PRODURRE e FORNIRE
ciò che il cliente chiede
significa
SINCRONIZZARE il sistema produttivo
lungo tutta la catena di fornitura
di PRODOTTI e SERVIZI



Q&O
change&coach®

6 Marzo 2013

FABBRICA
FUTURO

Claudio Curcio

I vantaggi competitivi della sincronizzazione delle
Supply Chain

www.qeoconsulting.com
www.wegeneration.it
www.changeandcoach.it

STRATEGIA

- ❑ PROFONDI MUTAMENTI DI SCENARIO E DI MERCATO:
 - nella domanda del cliente
 - nelle tecnologie
 - nelle informazioni disponibili

- ❑ AIUTARE IL CLIENTE A GUADAGNARE DI PIÙ:
 - prezzo
 - servizi e informazioni
 - tempo

la strategia richiede di essere:

- **RAPIDI** NEI CAMBIAMENTI DEL MODELLO DI BUSINESS
- **VELOCI** NELL'ADOZIONE DELLE NUOVE TECNOLOGIE
- **ESATTI** NEL RIPROGETTARE I PROCESSI DEL BUSINESS



SINCRONIZZAZIONE SUPPLY CHAIN

1

IDENTIFICARE IL VALORE PER IL CLIENTE

2

**GENERARE AFFIDABILITÀ TRAMITE
IL CONTROLLO DEI PROCESSI**

3

**MISURARE LA CREAZIONE DEL VALORE
CON KPI's (EFFICACIA –EFFICIENZA)**

**LA RISPOSTA DEL METODO «2A»
- IL CASO EXO AUTOMOTIVE -**

La generazione del valore attraverso il controllo dei processi : La supply chain come elemento strategico



Compie 20 anni **EXO Automotive**, azienda di riferimento nel mercato **after market** del **ricambio auto** di **qualità** e **design** con un'**ampia gamma** di prodotti con un buon rapporto qualità/prezzo e di servizi tempestivi e flessibili di **logistica** e **assistenza** alla vendita con **tecnologie web** avanzate .

OPEN  **PARTS**
ORIGINAL POWER

Dal 2005 EXO si afferma nel mercato italiano ed estero con il marchio proprio **Oper Parts**, affidando la produzione a fornitori italiani ed esteri ad **elevati standard qualitativi** e la logistica ad **operatori avanzati** di standing internazionale sotto il **controllo** e la **direzione** del personale EXO.

 **remsa**

Dal 1992 EXO è distributore esclusivo nel mercato italiano del marchio spagnolo **REMSA**, leader nella fabbricazione di componenti freno.

La generazione del valore attraverso il controllo dei processi : La supply chain come elemento strategico

la storia: 1992 – 2012 = b2c

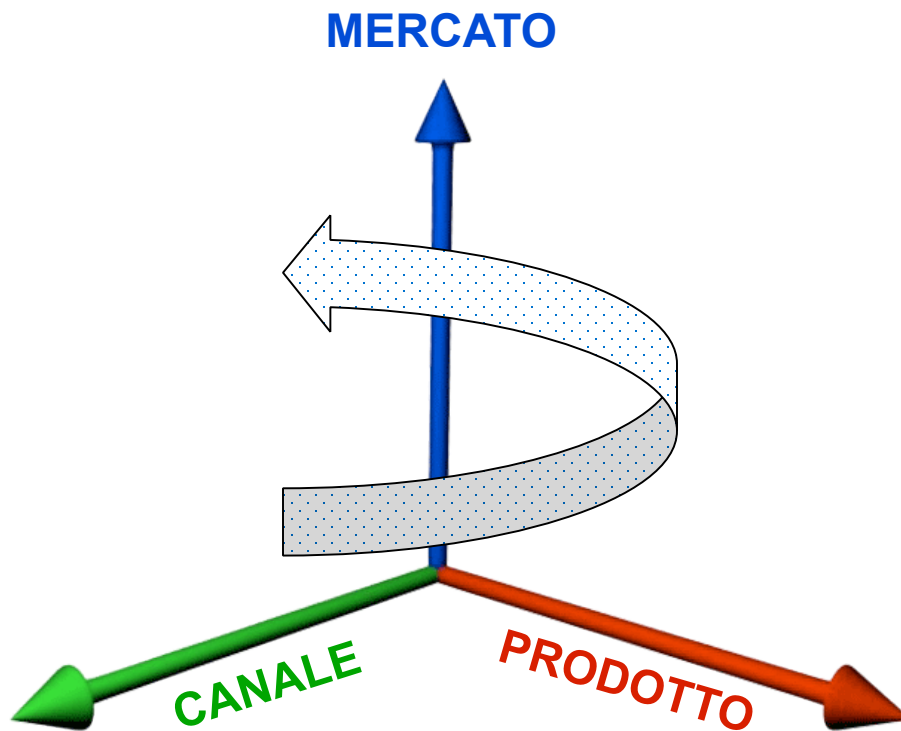
prodotti di qualità
al giusto prezzo
corredati di servizi avanzati
con una grande cura e
attenzione centrata su:
- bisogni del cliente
- innovazione tecnologica



Il futuro: dal 2013 => c2b

servizio completo on line
attento a soddisfare
tutte le esigenze
dell'autoriparatore
per l'automobilista
con un **gamma completa** di
ricambi e avanzate
tecnologie web

LA STRATEGIA IN AZIONE



In presenza di cambiamenti rapidi e profondi nei modelli di business, per esigenza di continuità aziendale, nella fase di transizione il nuovo approccio si sovrappone al precedente.

**IL CONTROLLO DI GESTIONE TRADIZIONALE
SI DIMOSTRA INSUFFICIENTE E INADEGUATO**

**A TRACCIARE LA CAPACITÀ
DELLA «NUOVA» SUPPLY CHAIN
DI GENERARE VALORE PER IL CLIENTE**

Il valore è l'elemento fondante e determinante del successo di un'azienda e le aziende controllano e generano valore attraverso i processi.



IL METODO 2A - Analytical Assessment

Obiettivo Generale

- Analizzare l'organizzazione aziendale focalizzando l'attenzione sull'area "Operations", ovvero ciclo logistico produttivo e di sviluppo prodotto, valutandone:
 - l' **efficienza operativa**
 - la **collocazione** delle **risorse** rispetto ai processi aziendali

Obiettivi Operativi

- Evidenziare, rispetto alla Filiera Logistico-produttiva, le Fasi e le Aree critiche.
- Definire, per ogni area critica, i problemi
- Stabilire una graduatoria di priorità mediante l'identificazione di indici di importanza e di gravità dei problemi riscontrati.
- Individuare le Azioni correttive e le conseguenti attività necessarie a risolvere i problemi riscontrati



IL METODO 2A - Analytical Assessment

Fase 1: Mappatura dei processi aziendali - *Obiettivi e Finalità*

Obiettivi

- 1 Individuazione dei processi aziendali da considerare per la mappatura e l'analisi
- 2 Mappatura «AS-IS» delle funzionalità dei principali processi aziendali
- 3 Individuazione dei ruoli relativi alle risorse coinvolte nelle singole fasi dei processi aziendali
- 4 Definizione KPIs (Key Performance Indicators) e suggerimenti di possibili interventi migliorativi per ogni processo analizzato

Finalità

- Definire il perimetro di analisi dei processi aziendali e le relative interrelazioni su cui svolgere l'analisi
- Identificare le informazioni necessarie ai singoli processi in termini di input e output
- Rilevare nel modello organizzativo attuale le responsabilità e le attività per i ruoli coinvolti
- Misurare (KPIs) efficacia ed efficienza dei processi per valutare i miglioramenti ottenibili con le successive azioni



IL METODO 2A - Analytical Assessment

Fase 2: Analisi del quadro organizzativo e strategico - *Obiettivi e Finalità*

Obiettivi

- 1. Verifica di coerenza fra modello organizzativo e strategia aziendale
- 2. Valutazione quantitativa dei problemi rispetto al processo aziendale
- 3. Definizione delle linee guida per il cambiamento

Finalità

- Individuare le criticità
- Definire le aree di inefficienza

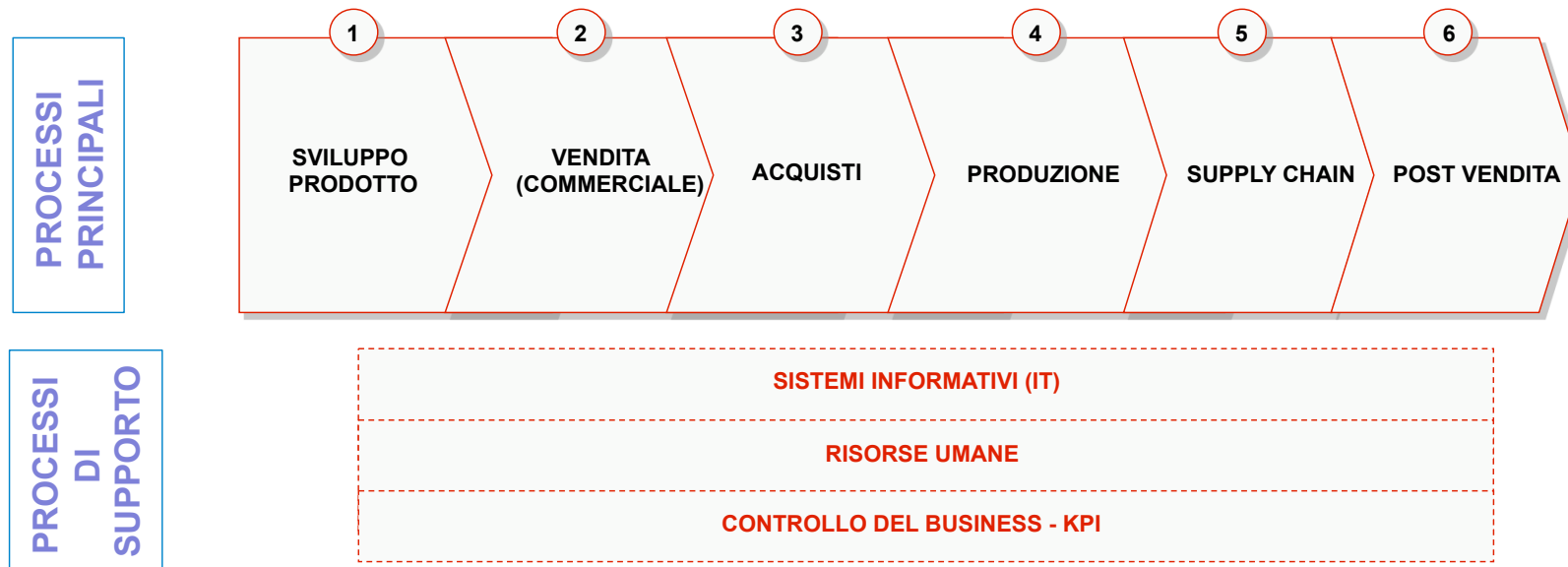
- Identificare le relative cause (metodo 4M)
- Identificare le azioni di miglioramento
- Valutazione quantitativa e di impatto - Priorità

- Condividere le linee guida per il cambiamento organizzativo ed operativo



IL METODO 2A – Come opera

1° step: ANALISI ORGANIZZATIVA DEL PROCESSO AZIENDALE



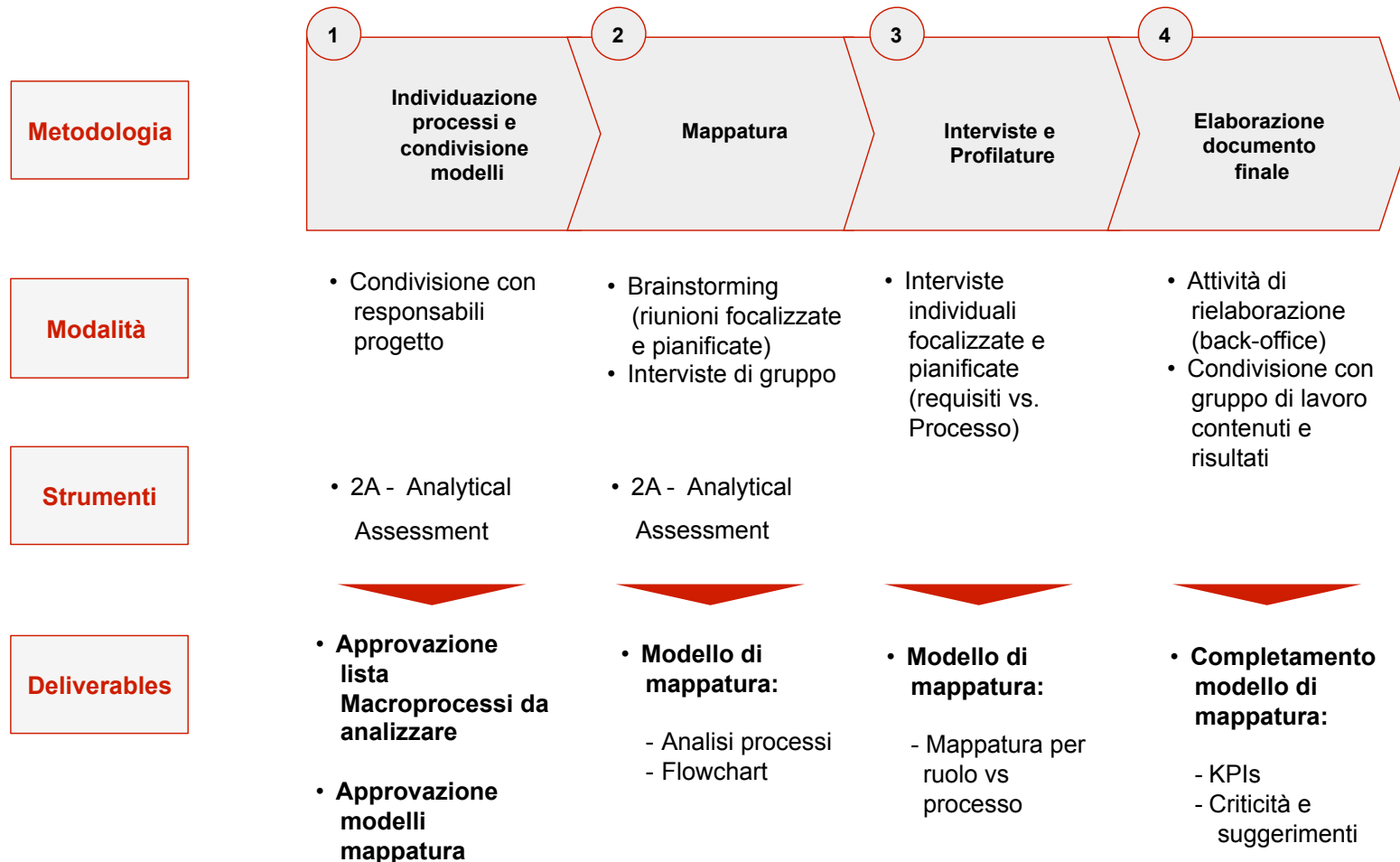
Contenuti:

- Identificare le Macrofasì del Processo Aziendale – Fasi Principali
- Identificare i Processi di Supporto



IL METODO 2A – Come opera

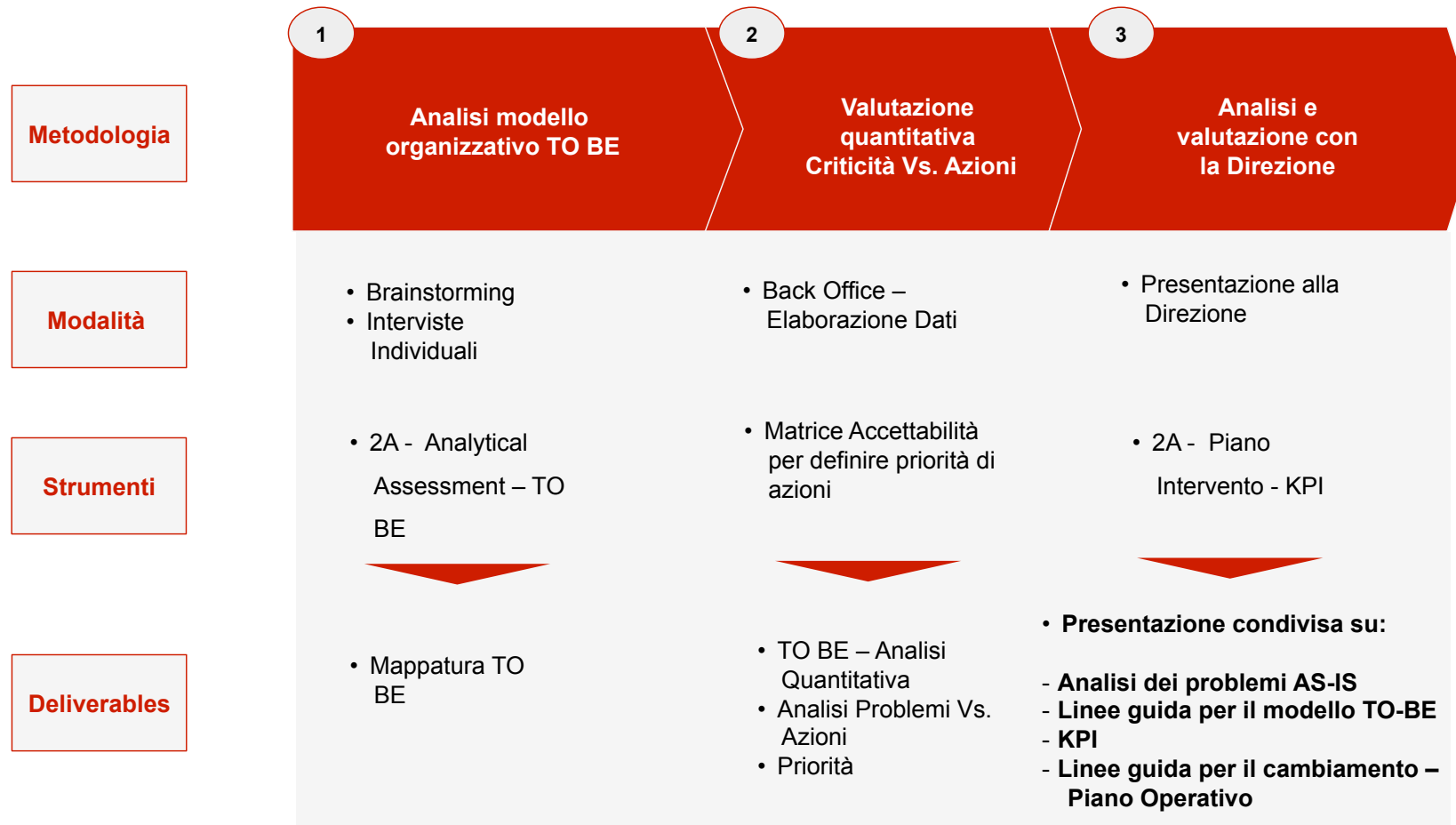
1° step: ANALISI ORGANIZZATIVA DEL PROCESSO AZIENDALE





IL METODO 2A – Come opera

2° step: ANALISI DEL QUADRO ORGANIZZATIVO E STRATEGICO



Il caso EXO

- Mappatura AS IS
- Mappatura TO BE – analisi criticità vs azioni-priorità

Esempio di Piano di Intervento

Priorità A Priorità B	Innovazione Prodotto	Gestione Prodotto	Parco Macchine e Stampi	Gestione Magazzini	Organizzazione e Formazione Personale
	IP	GP	MS	GM	OF
HR & Organizzazione	<ul style="list-style-type: none"> Piano Annuale di Innovazione Prodotto (IP11/12/13/14/15/21/22/ 23) Team di gestione Progetto (IP17/24) Creazione di un Polo Tecnico di Innovazione & Sviluppo Prodotto (OF20) 	<ul style="list-style-type: none"> Creazione di un Team per la Gestione Prodotto (Costi/Listini) (GP1) Creazione di un Team per la Gestione Reclami (GP5) Razionalizzazione del Customer service (GP2) 	<ul style="list-style-type: none"> Creazione di un team di Gestione e Controllo Produzione – XXX, YYY, ZZZ (MS1) 	<ul style="list-style-type: none"> Empowerment Responsabile Magazzino – Delega Responsabilità e riduzione impegno Logistica – Customer Service (GM10) Uso efficiente delle 3 Risorse (GM25/26) 	<ul style="list-style-type: none"> Creazione di un team di Pianificazione e Supply Chain – XXX/ YYY (OF11) Sostituzione Capo Turno (OF2) Unico Resp. Qualità – centralizzare in AZ. A la funzione (OF5)
Metodi e Strumenti di Lavoro	<ul style="list-style-type: none"> Metodo e Strumenti per gestire l'Innovazione Prodotto migliorando il Livello di Servizio (IP17/18/24) 	<ul style="list-style-type: none"> Metodi e Regole per la Gestione Prodotto (GP1) Metodi e Regole per la Gestione Ordini (date, ecc.) e mercati/clienti (GP3) Metodi e Regole per la Gestione Statistica ABC dei Reclami (GP6) 	<ul style="list-style-type: none"> Piano Annuale di Rinnovo Parco Macchine e Stampi (MS2) Metodo per valutare Indici di Performance Sistemi Produttivi (Presse/Stampi) (MS3) Piano di Manutenzione dei Sistemi Produttivi (MS4) Metodologia per sviluppare una Visione per Processo (collegare l'Innovazione Prodotto con Rinnovo e Manutenzione Mezzi Produttivi) (IP16/18/23) 	<ul style="list-style-type: none"> Gestione autonoma dei Confezionatori e delle Spedizioni (GM11/12) Trasversalizzare le Competenze/Attività - Aumentare l'Efficienza Operativa delle 3 Risorse (GM20) Migliorare l'efficienza – fornire Supporto alla Produzione (Pesatura e C.Q.) (GM24) Ottimizzare la Pianificazione – Produzione e Livelli di Scorta (GM4) 	<ul style="list-style-type: none"> Migliorare l'efficienza operativa nell'area Supply C. (intercambiabilità, efficienza operativa) (OF12/13/14) Piano di Formazione – Aumentare l'Efficienza degli Operatori (OF3) Schede per la Gestione della Produzione – coinvolgere gli Operatori (OF4) Migliorare l'Efficienza del servizio Qualità – definire Mission + Piano Qualità (OF5)
Materiali e Prodotto	<ul style="list-style-type: none"> Metodologia per sviluppare una Visione per Processo (collegare l'Innovazione Prodotto con Rinnovo e Manutenzione Mezzi Produttivi) – migliorare il Livello di Servizio (< TTM, Gamma Prodotti e tecnologia) e la Competitività del Prodotto (IP16/18/23) 	<ul style="list-style-type: none"> Outsourcing Prodotti/ Clienti Fasce D/E - < 50 K €/yr (IP18) 		<ul style="list-style-type: none"> Migliorare l'efficienza – fornire Supporto alla Produzione (Pesatura e C.Q.) (GM21/22/23) Ridurre lo Stock e aumentare l'Indice di Rotazione - Ottimizzare l'uso degli Spazi a Magazzino (GM30) 	
Macchine e Mezzi Produttivi			<ul style="list-style-type: none"> Piano di Miglioramento Efficienza Mezzi Produttivi (MS3/4) 		



Ing. ANDREA ARTIGLIA

a.artiglia@wegeneration.it

a.artiglia@mcs-tv.com

Dott. Giuseppe Giambusso

g.giambusso@wegeneration.it

g.giambusso@mcs-tv.com