



SUPPLY CHAIN E LOGISTICS

• CONGRESS •
2018



Sponsor:  Europcar
Mobility
Group



In collaborazione con:



Partner tecnico:



Con il contributo di:



Guadagnare competitività ai tempi del mercato digitale

Il cambiamento tecnologico ha reso necessario ripensare i processi di gestione delle supply chain

di Simone Marchetti, Sales development manager di Oracle Italia

Immaginiamo per un momento di **tornare agli inizi degli anni 2000**. Immaginiamo di lavorare in una organizzazione di procurement di una azienda di qualsiasi dimensione e settore o di essere un generico consumatore o ancora di gestire le vendite per la suddetta azienda. Immaginiamo ora di dover pianificare l'approvvigionamento di componentistica o di servizi accessori o di voler acquistare un paio di scarpe da jogging o mangiare una pizza o prevedere i bisogni dei nostri clienti business o consumer.

Tutto fattibile. Quello che di certo non riusciamo ad immaginare è **come potevamo fare tutto questo senza** utilizzare uno strumento di collaborazione con la nostra rete di fornitura basato su una qualsivoglia applicazione web, senza uno smartphone e una applicazione di e-commerce capace di collegarci ad una rete di vendor globale, senza un sistema capace di conoscere il nostro cliente e i suoi comportamenti d'acquisto.

Ma non è solo una questione di tecnologia. È una questione di mindset. Nessuno di noi nei primi anni 2000 pensava di avere l'esigenza di scegliere una cena dal proprio telefono e volerla ricevere a casa entro 30 minuti. Oppure di voler analizzare real time la disponibilità di cash flow e di utilizzarla per ottenere scontistica dai fornitori in cambio di una riduzione dei tempi di pagamento. O ancor di più avere una analisi dettagliata di previsione di domanda basata sulla correlazione di eventi di diversa natura, tutti impattanti sul business.

Cosa è cambiato? È cambiata **l'aspettativa** che tutti noi, persone e aziende, oggi abbiamo nel momento in cui dobbiamo **prendere delle decisioni** nella nostra vita quotidiana, ma soprattutto fare delle scelte nelle nostre attività lavorative. Aspettativa rispetto al risultato finale e ai tempi di esecuzione e risposta dalla catena a valle.

Tutto questo ha determinato la definizione di un **mercato più liquido e allo stesso tempo più**



Simone Marchetti, Sales development manager di Oracle Italia

volatile. Un mercato caratterizzato da parole come ipercompetizione, ibridazione, istantaneità, ipercustomizzazione. Un mercato dove la maggior parte del valore risiede nella capacità di rispondere agli stimoli in tempi sempre più rapidi, nel trust tra le parti, nella trasparenza informativa dei processi. Di fatto un **mercato digitale**.

Cause ed effetti sono dunque da ricercare nella trasformazione digitale iniziata nei primi anni

'80 e che ha portato negli ultimi dieci anni a uno stravolgimento dei nostri modelli socioeconomici, con la nascita e l'egemonia economica segnata oggi da quelli che per l'appunto vengono definiti **Ott (Over The Top)**: Facebook, Google, Amazon, Netflix e tutto il resto della compagnia. Sono questi soggetti, che si fa fatica a chiamare aziende proprio per il ruolo che hanno assunto nella nostra vita di tutti i giorni, che hanno definito il

Il primo passo è quello di capire bene il nuovo posizionamento e quindi il nuovo ruolo che si vuole giocare sul mercato. Sono ormai arcinoti i nomi dei giganti estinti con il passaggio al digitale. Giganti che hanno peccato di presunzione o miopia, o che sono stati troppo lenti nel cambiare pelle. È poi necessario **rivedere i processi** su cui l'organizzazione poggia la sua operatività end-to-end privilegiando tutto quanto va sotto il nome di **sup-**



Massimo Gaiani, Group sales and operation manager di Artsana Group, testimonial di Oracle al Supply Chain e Logistics Congress 2018

alizzare prodotti di alta qualità con bassa incidenza di scarti e utilizzando al meglio gli asset, immagazzinare e distribuire (in entrambe le direzioni se pensiamo alla reverse logistic, ormai fattore di competitività per molti) in modo da ottimizzare spazi e consumi. Sono tutte sfide che possono essere vinte, cogliendone le opportunità derivanti se si è nelle condizioni di disegnare e implementare strutture dove le informazioni possano fluire libere da vincoli (attenzione a gestire il trust!) e possono essere utilizzate per capire i fenomeni sottostanti e prendere decisioni ottimali per il business.

Fare tutto questo significa utilizzare **abilitatori capaci di gestire modelli complessi di dati**, che del dato fanno la risorsa primaria da cui estrarre valore. Questo è l'obiettivo che Oracle si è data e che oggi si traduce in un ecosistema di applicazioni disponibili in Cloud, per accelerare l'adozione e garantire il passo dell'innovazione, che sfruttando IoT, intelligenza artificiale e blockchain permettono di affrontare il percorso di evoluzione verso un nuovo modello di azienda, robusta alle nuove sollecitazioni e flessibile per affrontare in modo agile e vincente il futuro, già oggi.

“ Parliamo di disruption in una accezione positiva, come capacità di cominciare a fare cose nuove in un modo nuovo

nostro modo di vedere il mondo oggi.

Cosa significa quindi oggi per una azienda "tradizionale" difendersi dagli attacchi di concorrenti vecchi e nuovi, incrementare le proprie quote di mercato e il valore per gli azionisti, assicurare la propria brand reputation? Significa affrontare il cambiamento, spesso non indolore, guardando a questi nuovi fenomeni, facendo leva sui propri punti di forza, **ma reinterpretando secondo un nuovo copione** la relazione con i propri clienti e fornitori, i propri processi di produzione e logistica, la propria identità.

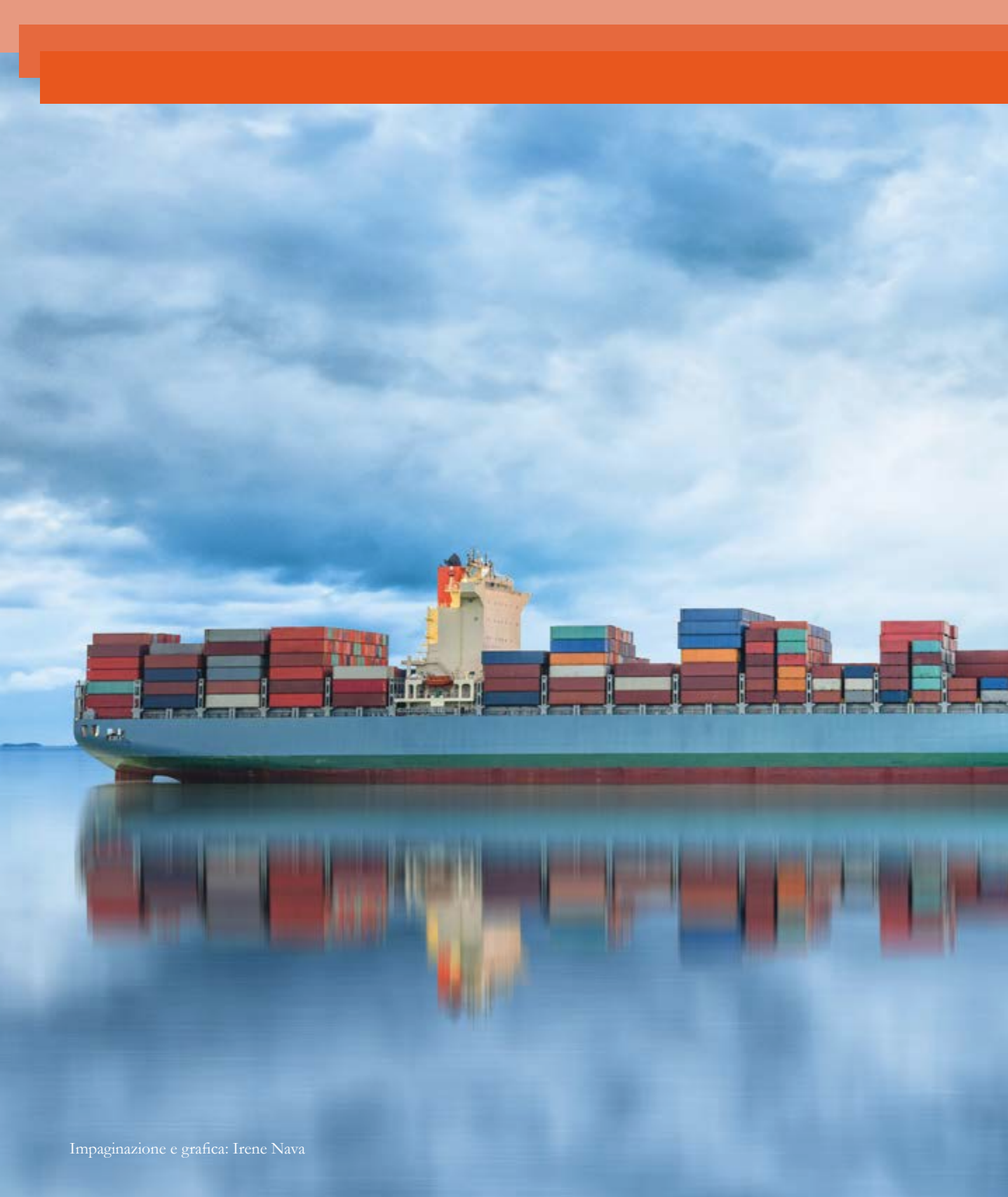
Come si può fare tutto questo?

ply chain, che è poi dove si ottimizzano ricavi e costi. Probabilmente questo è il passaggio più complesso e quello che può realmente guidare l'evoluzione.

Parliamo di disruption da leggere con una accezione positiva, come capacità di cominciare a fare cose nuove in un modo nuovo. Qui vale la pena soffermarsi su alcuni aspetti peculiari. Le moderne supply chain sono sistemi complessi, fortemente interconnessi e molto dinamici. La capacità di costruire curve di domanda in tempo reale, raccogliere ordini provenienti da più canali disomogenei, organizzare le attività di approvvigionamento pianificando la domanda, re-



Eleonora Lollo, Group demand and logistic manager, e Alessia Vinai, Big Data - Global business application di Amplifon, testimonial di Oracle al Supply Chain e Logistics Congress 2018



Impaginazione e grafica: Irene Nava

FOLLOW US



www.theprocurement.it