

Settore manifatturiero: come passare dalla complessità alla chiarezza

In che modo le aziende leader del settore manifatturiero utilizzano i dati per affrontare le quattro sfide più complesse.



Introduzione

I dirigenti delle aziende del settore manifatturiero lavorano sotto pressione per ottenere i risultati che le loro organizzazioni si aspettano. Cercano di individuare i rischi di supply chain complesse, che si estendono ben oltre i confini dell'azienda, impegnandosi al contempo per raggiungere gli obiettivi di sostenibilità. Aiutano i team a raggiungere gli obiettivi e si dedicano a fidelizzare i clienti.

Tutto questo è estenuante, ma cosa possono fare? È possibile avere una visione più generale per prendere decisioni fondamentali? Sì. Si possono ridurre i rischi e i costi promuovendo allo stesso tempo l'innovazione? Certamente.

La nostra esperienza con le aziende manifatturiere dimostra che i dati adeguati permettono di creare un libero flusso di informazioni che aiuta a prendere decisioni fondamentali e redditizie.

In questo ebook parliamo di alcune di queste esperienze, proponiamo un'introduzione su come vedere i dati in modo nuovo e spieghiamo perché collaborare con Tableau può trasformare la tua attività.

PUNTI CRITICI:

- 1. Ridurre i rischi nella supply chain**
 - 2. Promuovere la sostenibilità riducendo inefficienza e sprechi**
 - 3. Favorire il successo dei dipendenti**
 - 4. L'esperienza del cliente è il tuo vantaggio competitivo**
-

Il 93%

dei dirigenti delle supply chain ha dichiarato di voler adottare misure per rendere più resiliente la propria supply chain.



Con la nuova frontiera dello smart manufacturing e dei nuovi business model, è fondamentale per i dirigenti aziendali essere meglio informati.

Per riuscire in questa nuova frontiera del settore manifatturiero, gli alti dirigenti devono essere promotori del cambiamento.

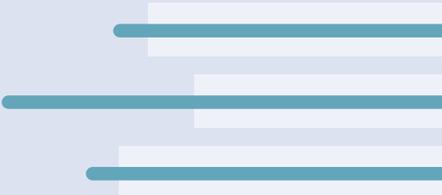
Fonte: [KPMG](#)

Ridurre i rischi nella supply chain

La supply chain è indubbiamente l'elemento più fragile di qualsiasi processo produttivo. Un'enorme quantità di elementi, di variabili, di possibilità che si verifichi qualche imprevisto. E in caso di imprevisti serve agilità per reagire rapidamente e nel modo corretto.

I rischi per la supply chain ci saranno sempre, ma è possibile individuarli prima che abbiano conseguenze gravi?

Con così tanti fattori in gioco, le supply chain generano ovviamente enormi volumi di dati e questi dati sono fondamentali per individuare rischi che altrimenti potrebbero rimanere nascosti. La visibilità completa sulla supply chain permette di isolare i rischi e di testare i risultati delle decisioni prima di metterle in pratica.

Four horizontal lines of varying lengths and colors (teal and white) stacked vertically in the top right corner.

Il 79%

delle aziende con una supply chain ad alte prestazioni riscontra una crescita del fatturato superiore alla media del rispettivo settore

Fonte: [LogisticsBureau](#)



I RISCHI DELLA SUPPLY CHAIN

La storia di successo di un cliente: **SCHAEFFLER**



IL PROBLEMA:

La pandemia di COVID-19 ha causato alle aziende manifatturiere di tutto il mondo una serie di problemi inediti, che la maggior parte di noi non si aspettava di dover affrontare. Come produttori di cuscinetti di precisione per l'industria automobilistica e quella aerospaziale, Schaeffler Group ha costruito la propria reputazione sulla precisione. Per Schaeffler uno di questi nuovi problemi era quindi l'esigenza di capire quali magazzini avrebbero probabilmente subito le conseguenze peggiori, per gestire la risposta della supply chain.



LA SOLUZIONE:

La complessa supply chain di Schaeffler si basa su dati tempestivi e accurati, quindi gli esperti del team di business intelligence hanno adottato un approccio olistico ai rischi che li preoccupavano. Avvalendosi di Tableau hanno combinato i dati sulla diffusione del COVID-19 e sulle aree in cui era presente con i dati della propria supply chain. Combinando i due insiemi di dati Schaeffler ha potuto prevedere le potenziali chiusure e interruzioni dell'attività, adottando le misure necessarie per ridurre al minimo il rischio.



I RISULTATI:

La chiarezza ottenuta riunendo i due insiemi di dati ha aiutato Schaeffler a superare il rischio e a tenere in attività la supply chain nonostante le difficoltà causate dalla pandemia. Il tempo era un fattore critico e la risposta è stata avviata in appena 48 ore.

I RISULTATI A COLPO D'OCCHIO:

Reazione all'emergenza
COVID-19 avviata entro

48 ore

"Una risposta fulminea a un mondo complesso, interconnesso e dinamico!"



ANAS AL-REZ
Business Intelligence Lead,
Schaeffler

Promuovere la sostenibilità riducendo inefficienza e sprechi

La sostenibilità non è più qualcosa di auspicabile: oggi è indispensabile. I clienti chiedono prodotti e imballaggi più sostenibili e in più, con l'aumento dei costi delle materie prime e dell'energia, a livello finanziario è necessaria una produzione più sostenibile.

La supply chain globale rimane però piena di inefficienze. L'industria manifatturiera rappresenta oltre il 50% del prodotto mondiale lordo (GWP) e si stima che il 20% di ogni dollaro speso nel settore venga sprecato. Il 10% di tutto ciò che produciamo nel mondo va quindi perso a causa dell'inefficienza e degli sprechi.

La sostenibilità è importante per l'attività economica, perché aiuta semplicemente a ridurre quegli sprechi. Bisogna quindi concentrarsi sulla riduzione dei costi e diffondere l'efficienza in tutta l'organizzazione. Per riuscirci le aziende del settore manifatturiero devono concentrarsi sulle metriche che permettono di essere realmente più sostenibili, ovvero il rendimento, l'efficienza, i tempi di attività e i tempi di commercializzazione. Ovviamente per questo servono i dati, ma per fortuna si tratta di dati che molto probabilmente stai già raccogliendo. E quei dati, se usati correttamente, possono aiutarti a individuare le inefficienze, a ridurre i costi e a rispettare gli obblighi relativi ad aspetti come la carbon footprint della tua organizzazione.



11 96%

delle 100 principali aziende del mondo sta lavorando sulla sostenibilità.

Il settore manifatturiero spreca ogni anno il **10%** del prodotto mondiale lordo.

Fonte: [KMPG](#)

L'utilizzo dei Big Data ha consentito di aumentare i profitti dell'**8%** e di ridurre i costi del **10%**.

Fonte: [Bi-Survey.com](#)



La storia di successo di un cliente:



IL PROBLEMA:

Per le aziende leader a livello mondiale nel settore della chimica e dei beni di consumo, ci saranno sempre inefficienze. Henkel aveva questo problema: i suoi strumenti di analisi erano adatti solo per attività semplici, ma le operazioni necessarie per individuare le aree in cui risparmiare all'interno di un'organizzazione incredibilmente complessa richiedevano un approccio molto diverso.



LA SOLUZIONE:

Henkel ha utilizzato Tableau per creare un'origine dati unificata accessibile a tutto il personale, ricavando i dati da una serie di origini esistenti: Dremio, Oracle ed Excel Cubes. In questo modo tutti, in azienda, hanno potuto utilizzare i dati direttamente nella rispettiva area di responsabilità.



I RISULTATI:

Il risultato è stato un risparmio energetico e di costi per oltre 4 milioni di euro, una riduzione del consumo energetico nella supply chain globale della linea Laundry & Home Care del 20% e un miglioramento complessivo dell'efficienza degli stabilimenti superiore al 10%.

I RISULTATI A COLPO D'OCCHIO:

Nel 2019 Henkel ha individuato opportunità di risparmio energetico e di abbattimento dei costi per

4 milioni di euro

20%

di diminuzione dei consumi energetici nella supply chain della linea Laundry & Home Care, dal 2013

"Quanto più i nostri dati sono precisi, tanto più probabile sarà individuare opportunità di risparmio."



DR JOHANNES HOLTBRUEGGE
Senior Manager Transformation
Henkel Laundry & Home Care

Favorire il successo dei dipendenti

I dirigenti sanno che nella stragrande maggioranza dei casi i loro dipendenti desiderano dare il massimo.

Vogliono un lavoro interessante e stimolante, vogliono progredire nella loro carriera, ma i processi obsoleti e i sistemi esistenti possono ostacolarli. I processi che si sono evoluti nel tempo potrebbero non essere stati riesaminati da un po' e diversi reparti o unità aziendali potrebbero agire in contrapposizione tra loro. Sono molti i modi in cui l'organizzazione può involontariamente metterli in condizione di non riuscire a dare il massimo.

Con un settore manifatturiero sempre più basato sui servizi, è il momento di ripensare al modo in cui osserviamo e comprendiamo i dati riguardanti le persone. I produttori lungimiranti stanno iniziando a mettere i fatti (e non le opinioni) al centro di ogni conversazione professionale.

Un libero flusso di informazioni in tutta l'organizzazione è fondamentale affinché tutte le persone e le funzioni siano sulla stessa lunghezza d'onda. Si eliminano i silos, mettendo a disposizione dell'azienda una fonte di informazioni centralizzata e offrendo trasparenza in tutti i processi. E con una visione d'insieme i dirigenti possono variare il livello di dettaglio in base alle esigenze, per prendere decisioni informate ed efficaci. È così che i dipendenti più capaci rimangono con te e crescono insieme a te, perché sanno che hai a cuore la loro crescita. E loro hanno a cuore la tua.



Il 72%

dei dirigenti afferma che responsabilizzare i lavoratori attraverso i dati ha portato a un aumento della produttività.

Fonte: [YouGov](#)

Il 92%

afferma che nel lungo periodo la qualità del lavoro migliorerebbe, se si mettessero a disposizione dei dipendenti a contatto con il pubblico più informazioni basate sui dati.

Fonte: [BusinessWire](#)

AIUTARE I DIPENDENTI A DARE IL MASSIMO

La storia di successo di un cliente: **Honeywell**



IL PROBLEMA:

I sistemi esistenti e le abitudini di lavoro obsolete possono essere il problema più grave per chi vuole ottenere il meglio dai propri team. Nel caso del Global Finance Centre (GFC) di Honeywell, le pratiche di analisi dei dati obsolete determinavano mesi di attesa per l'estrazione e la trasformazione dei dati, anche solo per elaborare un banale rendiconto delle vendite. Un problema da non sottovalutare per un'azienda globale con prodotti in ogni settore, dall'aviazione all'edilizia.



LA SOLUZIONE:

Honeywell ha completamente cambiato il proprio modello di gestione dei dati per rendere possibile l'analisi self-service e risolvere i problemi di velocità e chiarezza. Le dashboard di Tableau hanno aiutato il Global Finance Centre a concentrarsi sui ricavi dei singoli segmenti e dei clienti per prodotto, semplificando le decisioni dei dirigenti in merito a come distribuire il personale commerciale.



I RISULTATI:

Adesso i dati vengono analizzati in qualche ora anziché in diversi mesi e questo consente a Honeywell di risparmiare da 10.000 a 20.000 ore di manodopera. Inoltre per Honeywell ora è più facile prendere decisioni aziendali fondamentali e raggiungere più agevolmente i suoi obiettivi.

I RISULTATI A COLPO D'OCCHIO:

Più di 30.000
utenti in tutta l'azienda

Più di 10.000
ore di manodopera risparmiate

"Puoi prendere tutti quei dati, trasformarli in valide informazioni aziendali e quindi lavorare con il tuo gruppo per i clienti interno per prendere le decisioni ottimali sulla base di quelle informazioni"



PREETHAM SHANBHAG

Executive Director & GM - FP&A Operations & Transformation
Honeywell Technologies Solutions

L'esperienza del cliente è il tuo vantaggio competitivo

Le fondamenta del settore manifatturiero stanno cambiando per sempre. Un tempo, nel settore, il risultato finale era spesso una semplice transazione tra il cliente e il produttore, ma i confini tra prodotti e servizi non sono più così netti.

Gli acquirenti stanno spingendo i produttori a servire i clienti anche dopo la vendita iniziale. Con questo approccio di tipo Product-as-a-Service, l'esperienza del cliente sta diventando il nuovo campo di battaglia per le aziende e sta nascendo l'opportunità di sfruttarla come fattore fondamentale per differenziarsi dalla concorrenza.

Inoltre, i clienti B2B sono sempre più esigenti per quanto riguarda i servizi e le esperienze che ottengono dai loro marchi preferiti, nel campo dell'intrattenimento, in quello della vendita al dettaglio e anche in quello dei servizi finanziari.

Avere una visione olistica sui tuoi clienti per rendere possibili approcci di tipo Product-as-a-Service significa utilizzare ogni singolo dato che hai su di loro. Per offrire costantemente ai clienti un'esperienza eccellente e fidelizzarli servono informazioni in tempo reale. Bisogna analizzare il percorso del cliente in ogni punto di contatto, individuando le lacune e cercando sempre nuovi modi per soddisfarlo.



L'86%

dei produttori ritiene che l'esperienza del cliente sia un fattore chiave per differenziarsi dalla concorrenza.

Fonte: [Salesforce](#)

Le aziende innovative nell'ambito dell'esperienza del cliente superano quasi dell'80% quelle che agiscono con ritardo.

Fonte: [Forrester](#)

A un aumento della fidelizzazione dei clienti di appena il 5% può corrispondere un aumento dei profitti del 25%.

Fonte: [Bain & Company](#)



La storia di successo di un cliente:



IL PROBLEMA:

Con un collegamento diretto tra la linea di produzione e lo showroom, la produzione di veicoli può diventare uno dei settori più direttamente focalizzati sull'esperienza del cliente. Nissan ha scoperto di avere difficoltà a conservare l'interesse dei clienti di fronte al cambiamento dei mercati e delle abitudini. L'azienda era sommersa di dati sui clienti, ma non riusciva a usarli in modo strategico.



LA SOLUZIONE:

Nissan ha reinventato i ruoli correlati ai dati e ha adottato un modello di supporto in grado di enfatizzare gestione dei dati, certificazione e citizen development con il personale. Questo spostamento dell'attenzione ha favorito la promozione dei dati da parte dei dirigenti e la consapevolezza del fatto che l'utilizzo dei dati in tutta l'organizzazione avrebbe aiutato a raggiungere gli obiettivi.



I RISULTATI:

L'analisi visiva condivisa a livello globale permette di controllare l'efficacia delle vendite, la produzione, la consegna ottimale dei veicoli, le interazioni online con i clienti e altro. Tutto questo ha aiutato Nissan a soddisfare la domanda dei clienti e a sviluppare un approccio globale coerente all'osservazione, alla comprensione e all'utilizzo dei dati.

I RISULTATI A COLPO D'OCCHIO:

Nissan ha risparmiato diversi milioni di dollari

Le richieste di interventi in garanzia sono diminuite, anticipando le esigenze dei clienti e gli interventi di manutenzione

"Quel lampo che trasforma la semplice conoscenza in una comprensione più approfondita dei dati era proprio ciò di cui Nissan aveva bisogno per raggiungere il successo in un mondo digitale."



DANIELLE BERINGER
Regional Data Officer
Nissan North America

In che modo Tableau aiuta le aziende del settore manifatturiero in tutta Europa a fare chiarezza?

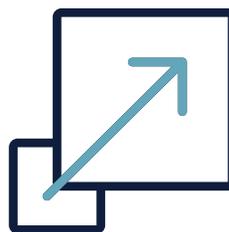
I problemi che le aziende del settore manifatturiero devono affrontare sono chiari, ma anche la soluzione è chiara.

Con la piena visibilità sulla supply chain, sulle inefficienze e sui clienti, le decisioni che prenderai avranno un impatto concreto e positivo su tutta l'organizzazione. **Tableau fornisce visibilità e chiarezza.**



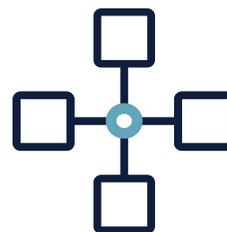
Un flusso libero di informazioni in tutta l'organizzazione

Tableau è una soluzione self-service, quindi tutti, a partire dai massimi dirigenti, possono mettere le informazioni al centro di ogni conversazione, con una modalità visiva coinvolgente.



Allinea funzioni e dipendenti

Tableau mette a disposizione di chiunque la stessa lingua per comunicare, aiutando l'organizzazione a procedere nella stessa direzione indipendentemente dalle dimensioni e dalla complessità.



Elimina i silos garantendo completa trasparenza

Con Tableau i dirigenti possono prendere le decisioni migliori per l'azienda, grazie a massima trasparenza e a un riferimento centralizzato per i dati.



Una visione d'insieme, in un unico punto, per decisioni globali

Tableau aiuta le singole divisioni (ad esempio risorse umane, marketing e ufficio commerciale) ad agire nel modo migliore, ma consente anche ai dirigenti di osservare il quadro generale grazie alla dashboard interattiva unificata.

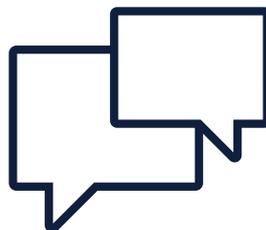
E adesso, che direzione prendere?

Ogni azienda avrà priorità diverse per quanto riguarda i quattro problemi delineati in questo ebook. Abbiamo parlato di come alcune hanno usato Tableau per risolverli: potrebbe essere proprio ciò di cui hai bisogno, ma non finisce qui.



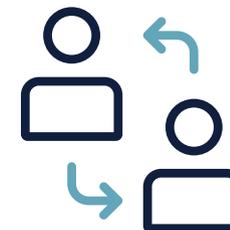
Impara

Segui i nostri Executive Briefing o i webinar su tableau.com/it-it. Troverai moltissime informazioni e risorse didattiche per comprendere l'importanza della chiarezza nel prendere decisioni migliori per l'azienda.



Parla

Se vuoi parlare in modo più diretto di come Tableau può aiutarti a risolvere i tuoi problemi, saremo felici di ascoltarti: [contattaci](#) per organizzarci.



Condividi

Coinvolgi il tuo team e il resto dei dirigenti. Condividi l'ebook, avvia una conversazione e preparati a passare dalla complessità alla chiarezza.



www.tableau.com/it-it