

Tillverkningssektorn: Gå från komplexitet till klarhet

Så använder ledande tillverkare data för att tackla de fyra mest komplexa utmaningarna.



Inledning

Tillverkningsföretagens ledare har press på sig för att leverera till organisationerna. De försöker identifiera riskerna i komplexa leveranskedjor som sträcker sig långt utöver företagets gränser och samtidigt uppnå hållbarhetsmålen. De hjälper sina team att klara målen och kämpar för att behålla kunderna.

Det är påfrestande, men vad kan ledarna göra? Är det möjligt att skaffa sig en bättre helhetsbild för att kunna fatta viktiga beslut? Svaret är ja. Kan du minska risker och kostnader och samtidigt främja innovation? Det kan du absolut göra.

Enligt vår erfarenhet med tillverkningsföretag kan användning av rätt data bidra till det fria informationsflöde som krävs för att fatta både viktiga och lönsamma beslut.

I den här e-boken vill vi dela med oss av dessa erfarenheter och ge ett smakprov på hur du kan förändra din verksamhet genom att omvärdera din data och samarbeta med Tableau.

FYRA SVÅRA UTMANINGAR:

- 1. Minska riskerna i leveranskedjan**
- 2. Skapa hållbarhet genom mindre ineffektivitet och spill**
- 3. Ge medarbetarna möjlighet att nå framgång**
- 4. Kundupplevelsen är din konkurrensfördel**

93%

av leveranskedjecheferna berättade att de har planer på att göra leveranskedjorna motståndskraftigare.

När smarta tillverknings- och affärsmodeller tänjer på gränserna är det desto viktigare för företagsledare att hålla sig bättre informerade.

Framgångar inom detta nya område kräver att de högsta beslutsfattarna agerar som hängivna förändringsagenter.

Källa: [KPMG](#)

Minska riskerna i leveranskedjan

Det är ett faktum att den svagaste länken i varje tillverkningsprocess är leveranskedjan. Den innehåller så många element, så många variabler, så många risker att något ska gå fel. Och när något väl går fel, då behöver du kunna agera snabbt och smidigt och vara säker på att din respons är den rätta.

Riskerna i leveranskedjan kommer alltid att finnas där, men är det möjligt att hitta dem innan de får konsekvenser?

Med så många delar i rörelse är det naturligt att leveranskedjor genererar stora mängder data. Datan är nyckeln till att identifiera risker som annars skulle förbli oupptäckta. En heltäckande visibilitet i leveranskedjan gör det möjligt att både identifiera risker och testa resultat av beslut innan de genomförs.

79%

av företagen med en högpresterande leveranskedja uppnår högre intäktsökningar än branschgenomsnittet.

Källa: [LogisticsBureau](#)



RISKER I LEVERANSKEDJAN

Kundernas framgångsberättelser: SCHAEFFLER



PROBLEMET:

Covid-19 har skapat en rad unika problem för alla globala tillverkare, och de flesta av oss hade aldrig förväntat oss att stöta på dem. I egenskap av tillverkare av precisionslager för fordons- och flygindustrin har Schaeffler Group byggt sitt rykte på noggrannhet. För Schaefflers del innebar ett av dessa nya problem att de behövde förstå vilka lagerlokaler som sannolikt skulle påverkas mest, för att kunna hantera åtgärder i leveranskedjan.



LÖSNINGEN:

Eftersom Schaefflers komplicerade leveranskedja bygger på snabb och korrekt data valde Business Intelligence-teamet att in ta ett heltäckande förhållningssätt till riskerna. Med Tableau kunde de kombinera data om covid-19-virusets spridning med egna leveranskedjedata. Genom att kombinera båda dessa dataset kunde Schaeffler förutse potentiella fabriksstängningar och störningar samt vidta lämpliga åtgärder för att minimera riskerna.



RESULTATEN:

Den klarhet man fick genom att sammanföra dessa två dataset bidrog till att Schaeffler kunde förebygga riskerna och hålla i gång leveranskedjan under pandemin. Tid var en avgörande faktor och svaret kom inom endast 48 timmar.

RESULTATEN I KORTHET:

**Covid-19-process
lanserades inom**

48 tim

”Blixtsnabb reaktion på en komplex, sammanlänkad och dynamisk värld!”



ANAS AL-REZ
Business Intelligence-chef
på Schaeffler

Skapa hållbarhet genom mindre ineffektivitet och spill

Hållbarhet är inte bara trevligt att ha för tillverkare, det är nödvändigt. Kunderna kräver inte bara mer hållbara produkter och förpackningar – när råmaterial- och energikostnaderna stiger är bättre hållbarhet inom tillverkningsindustrin en ekonomisk nödvändighet.

Men den globala leveranskedjan är fortfarande full av ineffektiva element. Tillverkningsindustrin står för över 50 % av bruttovärldsprodukten (GWP) och 20 % av varje dollar som sektorn använder slösas bort. Det betyder att hela 10 % av vår globala tillverkning går förlorad på grund av ineffektivitet och spill.

Hållbarhet är ett klokt affärstänkande helt enkelt eftersom det bidrar till att minska det spillet. Det innebär att fokus måste ligga på att minska kostnaderna och driva effektivitet i hela organisationen. För att klara det och bli mer hållbara behöver tillverkningsföretagen koncentrera sig på de mätvärden som verkligen är viktiga: avkastning, effektivitet, drifttid och tid till marknaden. Detta kräver förstås data, men det är tursamt nog data som du antagligen redan samlar in. Om den datan dessutom används på rätt sätt, kan den bidra till att upptäcka effektivitetsbrister, minska kostnader och uppfylla skyldigheter som handlar om att minimera organisationens koldioxidavtryck.



96%

av världens 100 största företag rapporterar idag om hållbarhet.

Tillverkningssektorn slösar bort **10 %** av bruttovärldsprodukten årligen.

Källa: [KMPG](#)

Användningen av Big data innebar en vinstökning på **8 %** och en kostnadsminskning på **10 %**.

Källa: [Bi-Survey.com](#)

Kundernas framgångsberättelser:



PROBLEMET:

Är du ett av världens ledande kemikalie- och konsumentvaruföretag kommer det alltid att finnas ineffektivitet i verksamheten. För Henkel var problemet att deras analysverktyg egentligen bara lämpade sig för enkla uppgifter, och arbetet med att identifiera var besparingar kunde göras i den otroligt komplexa organisationen krävde en helt annan strategi.



LÖSNINGEN:

Henkel använde Tableau för att skapa en enskild datakälla som alla i verksamheten fick åtkomst till och hämtade in data från en rad befintliga källor, till exempel Dremio, Oracle och Excel Cubes. Detta gjorde det möjligt för alla i företaget att tillämpa uppgifterna direkt på sitt ansvarsområde.



RESULTATEN:

Resultatet blev energi- och kostnadsbesparingar värda mer än 4 miljoner euro, en 20-procentig minskning av energiförbrukningen i Laundry & Home Cares globala leveranskedja och en total effektivitetsförbättring i tillverkningsanläggningarna på mer än 10 %.

RESULTATEN I KORTHET:

Under 2019 kunde Henkel identifiera energi- och kostnadsbesparingar värda

4 mn euro

20 %

minskning av energiförbrukningen i Laundry & Home Cares leveranskedja sedan 2013

”Ju mer exakt vi kan hantera datan, desto större är chansen att vi identifierar var besparingar kan göras.”



DR JOHANNES HOLTBRUEGGE
Senior Transformation Manager
på Henkel Laundry & Home Care

Ge medarbetarna möjlighet att nå framgång

Ledarna vet att den stora majoriteten av medarbetarna vill prestera så bra som möjligt.

De vill ha ett intressant och utmanande arbete och känna att de gör framsteg i karriären. Men omoderna processer och föråldrade system kommer emellan. De processer som har utvecklats över tid kanske inte har kontrollerats på länge och olika avdelningar eller affärsenheter kan dra åt olika håll. På många sätt kan organisationen omedvetet få dem att misslyckas.

När tillverkningssektorn blir allt mer serviceinriktad är det dags att tänka över hur vi ser och förstår data kring människor. Framåttänkande tillverkare börjar sätta data i stället för åsikter i centrum för affärssamtalet.

Ett fritt informationsflöde mellan organisationer är avgörande för att säkerställa att varje person och funktion befinner sig på samma linje. Datasilor bryts ner och ger verksamheten en enskild sanningskälla och en heltäckande transparens. Och eftersom ledarna har tillgång till helhetsbilden kan de zooma in och ut för att fördjupa sig så mycket eller så lite som de vill. Det innebär att varje beslut som fattas är både informerat och effektivt. På så sätt stannar värdefulla medarbetare kvar och växer tillsammans med dig, medvetna om att du bryr dig om deras utveckling. Och de i sin tur bryr sig om din utveckling.



72%

av cheferna säger att produktiviteten ökat när de gett medarbetarna egenmakt genom data.

Källa: [YouGov](#)

92%

förklarar att kvaliteten på arbetet skulle öka på lång sikt om kundnära medarbetare fick tillgång till mer databaserade insikter.

Källa: [BusinessWire](#)

Kundernas framgångsberättelser: **Honeywell**



PROBLEMET:

Äldre system och omoderna arbetsmetoder kan vara det största hindret när det gäller att få ut mesta möjliga av teamen. När det gäller Honeywells Global Finance Centre (GFC) innebar förlegade metoder för dataanalys att det kunde ta dem månader av extrahering och omvandling för att ta fram även den enklaste försäljningsrapport. Det är ett allvarligt problem för ett globalt företag med produkter i alla branscher från flygindustrin till byggnadssektorn.



LÖSNINGEN:

Honeywell ändrade hela sin datamodell för att möjliggöra självbetjäninganalys och övervinna problemen med snabbhet och tydlighet. Tableaus dashboards hjälpte Global Finance Centre att fokusera på intäkter per segment och produktklient, vilket gjorde det möjligt för ledarna att fatta beslut om var de skulle använda sin säljkraft.



RESULTATEN:

Nu analyseras data på några timmar i stället för månader, vilket gör att Honeywell sparar in 10 000–20 000 persontimmar. Dessutom har det hjälpt Honeywell att fatta viktiga affärsbeslut, vilket har bidragit till att företaget kunnat hålla kursen mot sina mål.

RESULTATEN I KORTHET:

30 000+
användare inom företaget

10 000+
sparade persontimmar

”Du kan ta all den datan, omvandla den till goda affärsinsikter och sedan samarbeta med din interna kundgrupp så att de kan fatta bra beslut på grundval av dessa insikter”



PREETHAM SHANBHAG

Vd och General Manager för FP&A Operations & Transformation
Honeywell Technologies Solutions

Kundupplevelsen är din konkurrensfördel

Tillverkningsindustrins grundvalar håller på att förändras för gott. Tidigare var tillverkningens slutresultat ofta en enkel transaktion mellan kunden och tillverkaren. Men nu håller gränserna mellan produkter och tjänster på att suddas ut.

Nu driver köpare tillverkarna att ge sina kunder mer än den ursprungliga försäljningen. Denna strategi där produkten fått formen av en tjänst innebär att kundupplevelsen har blivit det nya slagfältet för tillverkare. Det har uppstått en möjlighet att utnyttja kundupplevelsen som en viktig konkurrensfaktor.

Dessutom efterfrågar B2B-kunder allt mer den service och de upplevelser som de får från sina favoritvarumärken, inom underhållning, detaljhandel eller till och med finansiella tjänster.

För att skaffa en helhetssyn över kunder som möjliggör konceptet med produkter i form av tjänster måste du använda all data du har om dem. Du behöver ha insikter i realtid för att kunna leverera en konsekvent bra kundupplevelse som gör att du får behålla kunderna. Det betyder att du måste analysera varje touchpoint under kundresan, identifiera luckor och ständigt leta efter nya sätt att tillfredsställa kunden.



86%

av tillverkarna sa att de ansåg att kundupplevelsen är en av de viktigaste konkurrensfördelarna.

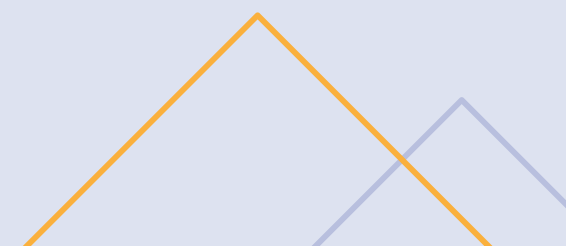
Källa: [Salesforce](#)

Företag som ligger i framkant vad gäller kundupplevelsen presterar bättre än eftersläntrarna med närmare **80 %**.

Källa: [Forrester](#)

En ökning i kundbehållning på endast **5 %** kan leda till ökade vinster på **25 %**.

Källa: [Bain & Company](#)



Kundernas framgångsberättelser:



PROBLEMET:

Med en direkt förbindelse mellan produktionslinje och showroom kan tillverkningsindustrin vara en av de sektorer som är mest fokuserad på kundupplevelsen. Nissan upptäckte att de hade problem med att förbli relevanta för kunderna i samband med marknads- och livsstilsändringar. Företaget var översköljt av kunddata, men stretade med att använda den strategiskt.



LÖSNINGEN:

Nissan föresatte sig att omvandla datarelaterade roller och införa en supportmodell som betonade datahantering, certifiering och utveckling av datakunskaper hos personalstyrkan. Denna förskjutning krävde datakunniga ledare och en förståelse för att data kunde användas i hela organisationen för att uppnå dess mål.



RESULTATEN:

Den visuella analysen som delas globalt följer försäljningseffektivitet, produktion, optimal fordonsleverans, kundinteraktion online och mycket mer. Allt detta har hjälpt Nissan att tillgodose kundernas behov och utveckla en konsekvent global strategi för att se, förstå och använda data.

RESULTATEN I KORTHET:

Nissan ökade sitt resultat med miljontals dollar i kostnadsbesparingar

Minskade garantikraven genom att förutse kundbehov och fordonsunderhåll

”Den där glimten av dataförståelse som förvandlas till en djupare insikt var det Nissan behövde för att lyckas i den digitala världen.”



DANIELLE BERINGER
regional datachef på
Nissan North America

Så hjälper Tableau tillverkningsföretagen i Europa att nå klarhet

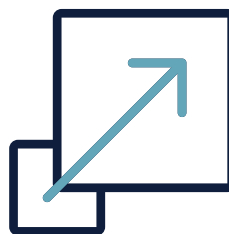
Problemen som tillverkningssektorn står inför är tydliga – precis som lösningen.

När du har full insyn i leveranskedjan, effektivitetsbristerna och kunden kommer de beslut du tar att få en verklig, positiv inverkan på hela organisationen. **Tableau ger dig den insynen och klarheten.**



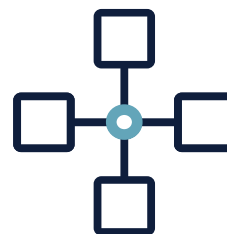
Fritt informationsflöde genom hela organisationen

Eftersom Tableau använder självbetjäning kan personer på alla företagsnivåer sätta data i centrum för varje viktigt beslut genom snygga visualiseringar.



Anpassa funktioner och medarbetare

Tableau skapar ett gemensamt språk så att hela organisationen ligger på samma linje, oavsett företagets storlek eller struktur.



Bryter ner datasilor och säkerställer heltäckande transparens

Med Tableau kan företagsledningen göra det som är bäst för verksamheten genom att tillhandahålla full transparens och en enskild sanningskälla.



En helhetsbild, med allt samlat på en plats, leder till storskaliga beslut

Tableau är till hjälp för HR-, marknadsförings- och säljteamen, men ger även företagsledarna en helhetsbild genom vår enskilda interaktiva dashboard.

Vad blir nästa steg?

Varje företag har olika prioriteringar avseende de fyra problem som presenteras i denna e-bok. Vi har visat hur några av dem har använt Tableau för att övervinna problemen – och kanske är det precis vad du behöver, men det slutar inte där.



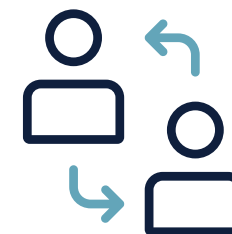
Lära

Besök något av våra informationsmöten eller webinarier för ledare på tableau.com. Det finns en mängd information och kurser som kan visa dig kraften i klarhet när det kommer till att fatta bättre affärsbeslut.



Samtala

Om du vill prata mer direkt om hur Tableau kan hjälpa till att lösa dina problem, går vi gärna igenom det med dig. Du är välkommen att [kontakta oss](#) så ordnar vi det.



Dela

Ta med ditt team och övriga ledare på resan. Dela vår e-bok, starta ett samtal och gör dig redo att gå från komplexitet till klarhet.



www.tableau.com/sv-se