



CUSTOMER STORY

Amplifon

Eine Fallstudie zum Demand Sensing

Herausforderung

Der Betrieb in einem sehr umkämpften, diversifizierten und fragmentierten Marktumfeld und die Notwendigkeit eine hochkomplexe, erweiterte Supply Chain zu managen führte dazu, dass Amplifon die Gesamtübersicht über seinen Lagerbestand, insbesondere über die Artikel die aufgefüllt werden müssen, verlor. Sie mussten die Effizienz des Lagerbestandes steigern und die Absatz- und Vertriebsprozesse integrieren.

Branche

- Einzelhandel und Medizinische Geräte

Lösung

- Nachfrageplanung
- Bestandsoptimierung
- Auffüllung

Ergebnisse

- Erfassen der Nachfragedaten auf allen Vertriebs Ebenen, einschließlich der Point-of-Sales (POS) und entsprechend den Kanälen
- Der Lagerbestand verringert sich um 18 %, der Bestand an Obsoleszenzen um 40 %
- Eine signifikante Verbesserung bei der Qualität beim Kunden-Service

Über Amplifon

Die Amplifon Group ist ein führendes Unternehmen bei dem weltweiten Vertrieb, der Anwendung und dem Anpassen von Hörgeräte-Lösungen. Mit einem weltweiten Marktanteil von 9% ist die Amplifon Group in 22 Ländern auf 5 Kontinenten präsent. Amplifon vertreibt seine Produkte in einem Netzwerk das aus mehr als 2100 Direktvertriebsstandorten, 3200 Shop-in-Shop-Standorten und 3100 Outlets besteht.

Projekt & Ziele

Wenn ein Kunde mit einem Rezept oder wegen eines Hörtests in einen Amplifon Hörgeräte-Laden kommt, kann er am selben Tag ein speziell an seine Bedürfnisse angepasstes Hörgerät mit einer einmonatigen Probezeit erhalten. Das Probehörgerät muss perfekt kalibriert sein, damit der Kunde keinen Grund hat es zurückzubringen. Das Hörerlebnis muss problemlos ablaufen, da die Kunden einen Hörverlust oft als unangenehm empfinden. Jegliche Störungen oder Probleme während des Verkaufs und der Probezeit können bei einem vorsichtigen Kunden zu einem Rücktritt führen.



Heute ist die Filiallogistik sehr viel stromlinienförmiger und die Arbeit die von unseren Logistikteams mit der meisten Erfahrung ausgeführt wird, ist vollständig in andere Unternehmensfunktionen integriert. Dies verstärkt unsere Fähigkeiten zusätzliche Werte entlang unserer Supply-Chain zu generieren

In einem sehr umkämpften, diversifizierten und fragmentierten Marktumfeld ist die Amplifon Gruppe zu einem der größten Hörgeräteeinzelhändler in den USA, der EMEA-Region und im asiatisch/pazifischen Raum aufgestiegen. Das Unternehmen besitzt 2100 Einzelhandelsgeschäfte und 3200 Shop-in-Shops in Apotheken, bei Optikern und in Arztpraxen sowie weitere 3100 Point-of-Sales wie Franchises und Partner.

Darüber hinaus ist die Betriebsführung in jeder Region eine andere. In den USA, wo Amplifon mit der Marke Miracle Ear präsent ist, managen die Lieferanten von Amplifon Einkäufe und Logistik über ein B2B-Modell. Im EMEA-Raum vertreiben die

Lieferanten und die zentralen Warenlager, in den Niederlanden und in Italien, die Waren über ein B2C-Modell an die Einzelhändler.

All dies führt zu einer großen und hochkomplexen Supply-Chain. Mit der Zeit verlor Amplifon den vollständigen Überblick über seinen Warenbestand, da galt ins besonders für Produkte, die aufgefüllt werden mussten und für das Produktsortiment, das in den Läden vertrieben wird.

Alessandro Nobile, Direktor der EMEA-Supply-Chain, leitete ein Projekt zur Erhöhung der Effizienz des Lagerbestandes und zur Integration der Vertriebs- und Verkaufsprozesse. Er erklärte dazu: "Amplifons Supply-Chain endet nicht am Point-of-Sale. Es ist ein forensischer Prozess der die Überwachung des gesamten Produktlebenszyklus, einschließlich der Rücklieferung der Probeprodukte, beinhaltet."

Amplifon untersuchte zunächst die Geschäfts- und Logistikprozesse des Unternehmens und entschied sich dann dafür S099+ von ToolsGroup für das Management der Planung und der Befüllung zu implementieren. Das Ziel war es eine operationelle Exzellenz dadurch zu erreichen, in dem man den Einzelhändlern am Point-of-Sale den höchsten Service-Level zur Verfügung stellt und ihnen die Aufgaben des Bestandsmanagements und der Logistik abnimmt. Später fügte Amplifon ToolsGroups Machine Learning Engine (MLE) hinzu und begann damit die CRM-Daten und die historischen Verkaufsdaten zu nutzen, um die Präzision der Vorhersage auf der Ebene der Ladengeschäfte zu verbessern.

Tagtäglich

Durch die Überarbeitung der Prozesse und Systeme hat Amplifon jetzt eine durchgängige Kontrolle über seine Supply-Chain und eine vollständige Sichtbarkeit für alle Abläufe. Die Software von ToolsGroup erfasst Daten auf allen Vertriebssebenen, einschließlich der Point-of-Sales (POS) und entsprechend den Kanälen. Die Planer von Amplifon sind dadurch in der Lage Nachfragetrends zu erkennen, Alarmsignale auszulösen und die Reaktionen zwischen den geplanten und den eigentlichen Ereignissen in der Supply-Chain zu verbessern.

Für die Vertriebs- und Marketingteams und zur Bestimmung der optimalen Warenbestände werden detaillierte Nachfragevorhersagen erstellt. Amplifon ist jetzt in der Lage den richtigen Produkt-Mix aus Lagerwaren und schnell drehenden Produkten (Connectivity-Werkzeuge und Zubehör wie Batterien, Reinigungsutensilien, Telefone und Kopfhörer) für jeden Point-of-Sale zu erstellen. Jeder Artikel wird, entsprechend den spezifischen Anforderungen des jeweiligen Einzelhändlers und seiner Vertriebsstrategie, automatisch aufgefüllt. Das Unternehmen konnte seine Service-Level entlang der Supply-Chain nachhaltig steigern, während es auf ein ausgewogenes Verhältnis an Lagerhaltungskosten und Lagersicherheitsbeständen achtet.

Ergebnisse

Das Erfassen der kurzfristigen Nachfragedaten und deren Integration in die Verkaufsvorsage ermöglicht es Amplifon den optimalen Lagerbestand entlang der gesamten Vertriebskette zu bestimmen und dadurch den Warenbestand um 18 und die Obsoleszenzen um 40 Prozent zu verringern. Zusätzlich zu diesen Reduktionen ergab sich eine signifikante Verbesserung bei der Qualität des Kunden-Service.

ToolsGroups SO99+ transformierte Amplifons zentrale Lagerhausplanung und Auffüllung der Einzelhändler. Durch diese Maßnahme wurde das Logistik-Team von alltäglichen Aufgaben befreit und konnte sich höheren Bestands- und Nachfrageplanungsaufgaben widmen. "Heute ist die Filiallogistik sehr viel stromlinienförmiger" meint Nobile " und die Arbeit die von unseren Logistikteams mit der meisten Erfahrung ausgeführt wird, ist vollständig in andere Unternehmensfunktionen integriert." Dies verstärkt unsere Fähigkeiten zusätzliche Werte entlang unsere Supply-Chain zu generieren."

Nach der Erweiterung von SO99+ mit ToolsGroup Machine Learning Engine (MLE) sind alle Amplifon Store Manager in der Lage den Ertrag, der in den nächsten ein bis drei Monate zu erwarten ist, vorherzusagen. Das hilft den Managern die Art des Ertrages zu analysieren, da sichtbar ist, welche Linien verkauft werden.