



CUSTOMER STORY

Amplifon

Rilevare la domanda a breve termine per allocare le scorte in maniera ottimale

La sfida

Amplifon opera in un mercato molto competitivo, eterogeneo e frammentato e gestisce una supply chain estesa altamente complessa. Nel tempo Amplifon aveva perso visibilità sullo stato delle scorte, soprattutto in relazione alle necessità di riapprovvigionamento e all'assortimento per i negozi. L'azienda aveva la necessità di migliorare l'efficienza delle scorte e integrare i processi di distribuzione e vendita.

Settore

- Retail – Dispositivi medici

Soluzione

- Demand Planning & Forecasting
- Multi-Echelon Inventory Optimization (MEIO)
- Replenishment
- Demand Modeling

Risultati

- Allocazione ottimale delle scorte utilizzando i dati della domanda a breve termine
- Riduzione delle scorte del 18% e dell'obsolescenza del 40%
- Miglioramento significativo della qualità e del livello di servizio

Amplifon

Gruppo Amplifon è top player a livello mondiale nella distribuzione, applicazione e personalizzazione di soluzioni uditive. Con una quota del 9% del mercato globale è attualmente presente in 22 paesi di 5 continenti. Amplifon distribuisce i suoi apparecchi attraverso un network di oltre 2100 negozi diretti, 3200 shop-in-shop e corner, una rete di oltre 3100 punti vendita indiretti.

Il progetto e gli obiettivi

Chi entra in un negozio Amplifon, con una prescrizione del medico, oppure con l'intenzione di effettuare la misurazione del livello di udito, esce nello stesso giorno con la soluzione acustica adattata e personalizzata dall'audioprotesista, in prova per un mese. L'ausilio deve essere perfettamente calibrato in modo che il cliente non lo restituisca e l'intera esperienza deve essere condotta senza intoppi perché la limitazione uditiva è percepita come un disagio. Qualunque problema può portare alla rinuncia del cliente.



Oggi la logistica di filiale è molto più snella e il lavoro del team logistico più qualificato e completamente integrato con le altre funzioni aziendali, aspetto che ne amplifica la capacità di portare reale valore aggiunto lungo tutta la catena"

In un mercato altamente competitivo, contraddistinto da un'offerta eterogenea e frammentata, il Gruppo Amplifon si configura come top player nel settore retail in EMEA, AMERICA e APAC con oltre 2100 negozi, 3200 "shop-in-shop" e "corner" posizionati in modo capillare presso terzi (farmacie, ottiche e studi medici) e un network di oltre 3100 punti vendita indiretti, franchisee e negozi affiliati.

Amplifon opera inoltre in maniera differente nei diversi mercati. In USA, dove è nota per il marchio Miracle Ear, gestisce tutta la logistica in ottica B2B; in EMEA la gestione avviene in ottica B2C con il presidio diretto dei rifornimenti al network dei punti vendita

da magazzino centrale, come avviene ad esempio in Olanda e in Italia, o da fornitore.

Tutto questo determina una supply chain altamente complessa. Nel tempo Amplifon aveva perso visibilità sullo stato delle scorte, soprattutto in relazione alle necessità di riapprovvigionamento e all'assortimento per i negozi.

Alessandro Nobile, Supply Chain Director, ha condotto un progetto di ottimizzazione della logistica distributiva focalizzato sull'aumento dell'efficienza dei livelli di scorte anche attraverso un'integrazione spinta fra processi distributivi e di vendita: "La supply chain di Amplifon non termina con il rifornimento a punto vendita. Si tratta di un processo complesso che riguarda anche la gestione della reverse logistics dei prodotti in prova".

Amplifon ha deciso di rivedere le logiche e i processi operativi e di implementare ToolsGroup SO99+ per la gestione delle funzioni di Planning e Replenishment. L'obiettivo era quello di raggiungere l'eccellenza operativa e fornire il massimo livello di servizio al personale attivo a punto vendita, alleggerendolo della gestione di tutte le attività inerenti al riapprovvigionamento e alla logistica. Amplifon ha in seguito aggiunto il motore di machine learning (MLE) di ToolsGroup per sfruttare i dati storici di vendita e del CRM con l'obiettivo di migliorare l'accuratezza delle previsioni a livello di singolo negozio.

Giorno per giorno

Grazie a un intervento effettuato a livello di processo, organizzazione e sistemi, Amplifon ha ora il controllo end-to-end della catena e una visibilità completa su tutte le operazioni. Il software ToolsGroup rileva il segnale della domanda direttamente a punto vendita, e permette ai pianificatori Amplifon di identificare i trend di domanda, attivare eventuali segnali di allarme, e

migliorare la reattività tra la pianificazione e quello che realmente accade lungo la supply chain.

Prima dell'implementazione I responsabili di negozio definivano l'assortimento e gli obiettivi di scorte erano soliti definire l'assortimento e gli obiettivi di stock degli SKU (in negozio). Questo processo è ora centralizzato e le decisioni vengono prese dal team centrale di Inventory & Replenishment. È stato fatto uno sforzo considerevole per guidare questo cambiamento cruciale, che si è dimostrato molto efficace e gradito dai responsabili dei negozi, che non devono più occuparsi della pianificazione della supply chain e possono concentrarsi sulle vendite. Un fattore chiave è stata l'introduzione di una riunione S&OP, durante la quale giungere a un piano di riapprovvigionamento condiviso con le vendite e il marketing.

Le previsioni di vendita dettagliate sono condivise con il reparto Sales e Marketing e utilizzate per determinare i livelli ottimali di stock. Amplifon è ora in grado di determinare il giusto mix di prodotti in stock e altorotanti (soluzioni uditive, strumenti di connettività, prodotti ausiliari come batterie, accessori per la pulizia, cellulari e cuffie) da inviare a ogni singolo punto vendita sulla base delle sue specificità, del suo andamento, ma anche delle strategie di vendita decise dalla società, l'azienda ha aumentato in maniera sensibile il livello di servizio lungo tutta la catena e, allo stesso tempo, ottenuto il giusto bilanciamento fra livelli di stock e valore di immobilizzo.

Per la pianificazione della domanda, è stata introdotta la previsione statistica per calcolare la domanda di base e sono stati forniti al team strumenti per pianificare l'uplift durante le campagne e le attività promozionali. È stata migliorata sia l'attività di riapprovvigionamento automatico per i negozi che la collaborazione con i fornitori. Sono state introdotte tecniche avanzate di pianificazione delle scorte sia per il magazzino centrale che per i negozi.

Risultati

La capacità di rilevare il segnale di domanda direttamente al punto vendita e di integrarlo con i dati di storico ha permesso ad Amplifon di allocare lo stock in maniera ottimale lungo tutta la catena distributiva, riducendo le scorte del 18% e l'obsolescenza del 40%. Il livello di servizio ha visto un aumento significativo.

ToolsGroup SO99+ ha trasformato le attività di Central Warehousing Planning e di Shop Replenishment e ha consentito di migliorare le skills del personale logistico, con la creazione delle nuove figure di Inventory planner e Demand planner. "Oggi la logistica di filiale è molto più snella" spiega Nobile "e il lavoro del team logistico più qualificato e completamente integrato con le altre funzioni aziendali, aspetto che ne amplifica la capacità di portare reale valore aggiunto lungo tutta la catena". In seguito al potenziamento di SO99+ con il motore di machine learning, tutti i responsabili negozio della rete Amplifon possono stimare il fatturato dei tre mesi successivi, grazie a una maggiore visibilità. Il nuovo sistema permette anche di analizzare la natura del fatturato fornendo visibilità su quali visite si sono trasformate in vendite.