



6 motivi per ADOTTARE IL Demand Sensing

e reagire più rapidamente ai cambiamenti del mercato



1. Riduci la latenza della domanda quando c'è un distributore/rivenditore tra te e il tuo cliente.

Estrai le informazioni pertinenti direttamente dai dati PoS per migliorare le previsioni di vendita senza dover attendere il distributore. Fornisci un migliore input a breve termine alla produzione/fornitura e correggi di conseguenza il piano di produzione tramite expediting/de-expediting, ad esempio.



2. Utilizza meglio lo stock disponibile nel breve termine.

Le scorte ci sono, ma nel posto sbagliato. Il demand sensing ti aiuta a ottimizzare lo stock in modo dinamico e a bilanciare la tua rete considerando non solo le scorte disponibili nei magazzini regionali, ma anche la domanda attesa/"aggiornata".



3. Colma il divario inbound/outbound della tua attività.

Il team dedicato alla logistica inbound vuole riempire il magazzino con la maggior quantità possibile di prodotti; il team outbound distribuisce la merce nei punti vendita per cercare di liberarsene. Il demand sensing permette di mantenere sincronizzati i due team mostrando lo scenario complessivo della domanda.



4. Genera previsioni più affidabili della domanda stagionale.

Ottenere dati freschi di domanda in modo da poter anticipare o reagire rapidamente è importante se devi gestire articoli ad alta movimentazione e stagionali. Quando un prodotto non vende come previsto, puoi agire rapidamente adattando la produzione e lo stock per evitare l'obsolescenza.

5. Dimensiona correttamente lo stock per l'introduzione di nuovi prodotti.

Il ciclo di vita di prodotto è sempre più breve: arrivano continuamente nuovi prodotti a sostituire quelli esistenti. Il demand sensing ti aiuta a dimensionare correttamente i prodotti precedenti e le scorte di cui avrai bisogno per soddisfare la domanda di nuovi prodotti.



6. Comprendi meglio le performance delle promozioni.

Utilizza i dati di sell-in come attributi di promozione e i dati di prodotto/mercato per identificare l'uplift promozionale e generare un forecast migliore per le promozioni future.



Le aziende che usano il demand sensing hanno **la capacità di individuare i trend in anticipo e, se in combinazione con una supply chain in grado di rispondere agilmente, la capacità di reagire prima alle variazioni di domanda**

-Gartner

Gartner: Achieving E2E Supply Chain Capability Is Much More Than a Good Demand Signal, 23 settembre 2019 - ID G00450414



Scarica il nostro ebook: Why You Should Be Using Demand Sensing to React Faster to Market Changes