

KANADA CPG / FMCG POTRAVINÁŘSKÁ SPOLEČNOST

SITUACE: PRODUKTY S NÍZKOU MARŽÍ, TVORBA PROGNÓZY VEDENA OBCHODEM. MARKETING JE SCHOPEN PROSADIT UVÁDĚNÍ NOVÝCH PRODUKTŮ NA TRH S NEREALISTICKÝMI PRODEJNÍMI PROGNÓZAMI, KTERÉ VEDOU K EROZI ZISKŮ A ŠPATNÉ ZÁKAZNICKÉ OBSLUŽNOST. POTŘEBA PŘEDPOVĚDÍ NA ÚROVNI KLÍČOVÝCH ZÁKAZNÍKŮ / REGIONŮ A ZEMĚ.

Vize plánování poptávky

- Předpověď poptávky „jedním číslem“ na 24 měsíců.
- Spojení podnikového plánování s marketingovými a prodejními plány do jednoho procesu.
- Snížení nákladů dodavatelského řetězce.
- Vylepšení zákaznické obslužnosti.
- Zvýšení flexibility a vnímavosti.
- Implementace Manugistics DP / EE jako zvoleného nástroje, který podporuje plánování modelováním.
- Předpovídání navýšení prodeje obchodními událostmi pro nové produkty, propagační akce, obchodní výdaje a taktické balíčky.

Kritické faktory úspěchu

- Synchronizace cílů a metrik napříč všemi funkčními skupinami.
- Souhlas externích zákazníků s novou vizí (VMI)
- Průběžné školení pro všechny zaměstnance.
- Všichni členové týmu přijmou odpovědnost za úspěch vize.
- Kompenzace a odměny sladěné s výkonnostními metrikami a obchodními cíli.
- Schválení pozice nového manažera prognostiky.
- Primární Kanadský trh bude následován USA a globálně.

Rizika projektu

- Složitost projektu.
- Absence synchronizovaných cílů ve všech divizích firmy.
- Neúplné schválení projektu před jeho spuštěním.
- Technologie nenaplnuje požadavky vize.
- Řízení sdílených zdrojů díky paralelní implementaci SAP ERP.

KANADA CPG / FMCG POTRAVINÁŘSKÁ SPOLEČNOST

SITUACE: PRODUKTY S NÍZKOU MARŽÍ, TVORBA PROGNÓZY VEDENA OBCHODEM. MARKETING JE SCHOPEN PROSADIT UVÁDĚNÍ NOVÝCH PRODUKTŮ NA TRH S NEREALISTICKÝMI PRODEJNÍMI PROGNÓZAMI, KTERÉ VEDOU K EROZI ZISKŮ A ŠPATNÉ ZÁKAZNICKÉ OBSLUŽNOST. POTŘEBA PŘEDPOVĚDÍ NA ÚROVNI KLÍČOVÝCH ZÁKAZNÍKŮ / REGIONŮ A ZEMĚ.

Problémy s návrhem a změnou

- Prognózy vlastněné obchodem.
- Rozpočet a plánování zákazníků měly přednost.
- Nesouhlas s tím, že budou měřeni na základě přesnosti prognózy.
- Nástroj pro spolupráci je příliš složitý a technický na to, aby ho obchodníci mohli používat.
- Nekvalifikovaní pracovníci v implementačním týmu.
- Příliš mnoho závislostí na SAP ERP.
- Společnost SAP obdržela lví podíl technických zdrojů, což zpožďovalo implementaci Manugistics sw.

Zmírnění rizika

- Implementace komplexního plánu řízení změn.
- Strategie k zajištění adopce, komunikace, řízení zúčastněných stran, školicích plánů a připravenosti na změnu.
- Nejlepší tým potřebný pro změnový projekt - dynamičtí jednotlivci, kteří rozumí podniku a jsou schopni představit si konečný stav.
- Vyškolení týmu vrcholových vedoucích pracovníků a KAMů na filozofii podnikového procesu a poté na jeho aplikaci.
- Nepoužívejte netechnicky orientované lidi na implementaci vysoce technických aplikací.

Výsledky

- Velká vítězství
- Dosažení předpovědi jednoho čísla na konsenzuálním mítinku předpovědi a řízení GAPu.
- Implementace sofistikovaného procesu prognózování založeného na výjimkách.
- Implementovaný statistický nástroj Manugistics využívající produktové a geografické hierarchie.
- 18 měsíční horizont prognózy.
- Plná integrace s plánováním poptávky, plánováním zásobování a správou objednávek v SAP ERP.
- Získání mnoha dalších výhod.