

GLOBALNÍ SPOLEČNOST NA VÝROBU OBUVI - ČÍNA

ZMĚNA OBCHODNÍHO MODELU V ASIJSKO-TICHOMOŘSKÉ OBLASTI VYŽADOVALA NOVÉ ŠKOLENÍ MARKETINGOVÝCH, PRODEJNÍCH, POPTÁVKOVÝCH A ZÁSOBOVACÍCH PLÁNOVAČŮ.

Vize plánování poptávky

- Změna obchodního konceptu vyžadovala správné porozumění plánování poptávky a procesů S&OP pro nový tým marketingu, prodeje a plánování poptávky.

Kritické faktory úspěchu

- Demografie jednotlivých regionů nebyla dobře pochopena a musela být začleněna do procesu, aby byl zajištěn úspěch.
- Průběžné školení pro všechny zaměstnance.
- Plánovači poptávky museli být vyškoleni od základních až po středně pokročilé statistické předpovědní techniky.
- Týmy pro řízení financí, prodeje, marketingu a celého dodavatelského řetězce musely být vyškoleny v oblasti S&OP, spolupráce a osvědčených postupech procesů plánování poptávky.

Výsledek

- Analýza podnikatelského prostředí v Číně a asijsko-tichomořském regionu.
- Školení připraveno a poskytnuto na míru všem zúčastněným stranám procesu.
- Připraveno a dodáno rozsáhlé školení na míru pro plánovače poptávky a nabídky ze všech trhů.