

Nestlé Italiana

La sinergia con l'industria per ottimizzare il processo promozionale





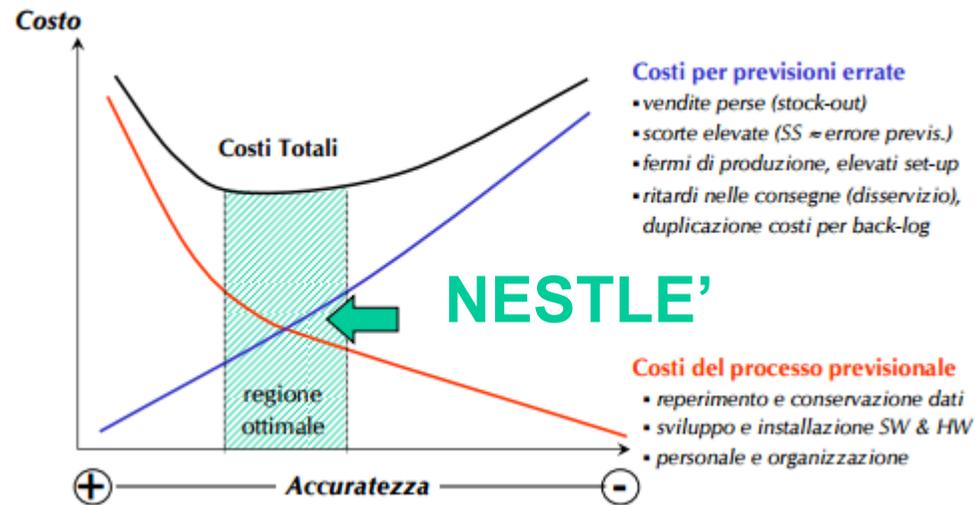
Supply Chain



Ottimizzare il processo promozionale



VALUTAZIONE DI COSTI vs. BENEFICI *



(*) Prof. Fabrizio Dallari – LIUC



CLIENTE

Stima le quantità conoscendo il prezzo, i punti di vendita, la modalità espositiva....

NESTLÉ'

Stima le quantità conoscendo i prodotti, le azioni marketing, Hostess....

Una squadra per un processo efficiente



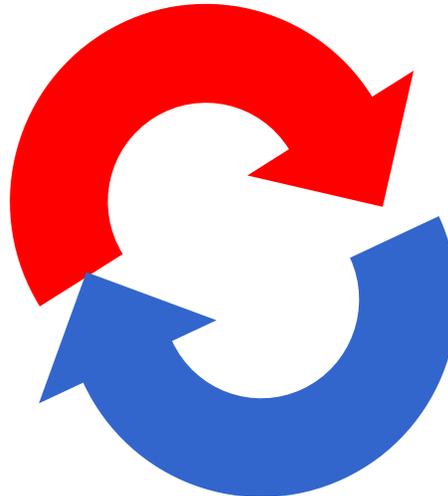
Pianificazione Il processo Nestlé - Cliente

Promo

1

CLIENTE

- Invia le quantità, il prezzo a volantino, e la modalità espositiva



Nestlé

2

- Analizza il forecast sulla base dell'esperienza e dei dati storici
- Propone cambiamenti alle stime, se necessario

3

CLIENTE - Nestlé

- Valutano insieme il forecast e condividono il numero



Le aree di lavoro e i benefici

Allineamento tra funzioni
Focus sul timing delle info

Comprensione contributori del sell out
Insight per canale
Separare la baseline dal uplift

CAPACITA' di
FORECASTING

Controllo della disponibilità
Gestione stock out

Allineamento Planning e Riordino
Focus Supply

EFFICIENZA
OPERATIONS

TEAM di LAVORO CLIENTE – NESTLÉ'

+ 20%
miglioramento

- Migliore servizio al consumatore finale
- Efficienza nell'inserimento nuovi prodotti
- Learning Log condiviso

+ 18%
Riduzione
Waste

- Accuratezza previsionale promo
- Ridurre il rework info e maggiori

+ 13%
Riduzione
OOS
scaffale

- Migliore livello di servizio
- Riduzione di unplanned overstock
- Riduzione del waste per controllo
- Reservation in caso di shortage



Il processo Nestlé - Cliente



Migliorare continuamente per poter vincere insieme

