



# SUPPLY CHAIN 4.0 SOGNO ... E SON DESTO

9 GIUGNO 2016

La sfida della multicanalità:  
l' e-commerce in full service di eONE



## Logistica Uno Europe: chi siamo

Opera prevalentemente nel settore del largo consumo, con servizi dedicati e specializzati, per società nazionali e multinazionali.

Per conto dei propri clienti, svolge servizi logistici di gestione deposito e trasporto/distribuzione Italia/Europa.

Offre vari servizi a valore aggiunto (fine linea, kitting, assemblaggi, personalizzazioni,...)



## Industry 4.0 e la «fabbrica intelligente»

Industria 4.0 significa il **collegamento in rete** in tempo reale di **esseri umani**, macchine ed oggetti per la gestione intelligenti di sistemi.

Il successo dell'implementazione non solo di tecnologie digitali ma anche di «human skills» nella «digital supply chain» dipenderà soprattutto dalla costruzione di una comunicazione fluida tra tutti gli anelli della catena, trasformando il flusso continuo di dati in un vero e proprio “filo digitale”.

# Il bisogno: la strategia multicanale del Cliente



## Logistica Uno e la multicanalità

L'azienda è andata verso questo bisogno dei propri Cliente per la gestione del proprio canale di vendita on line. Ciò ha comportato una vera e propria riprogettazione delle attività logistiche (es. picking warehouse).

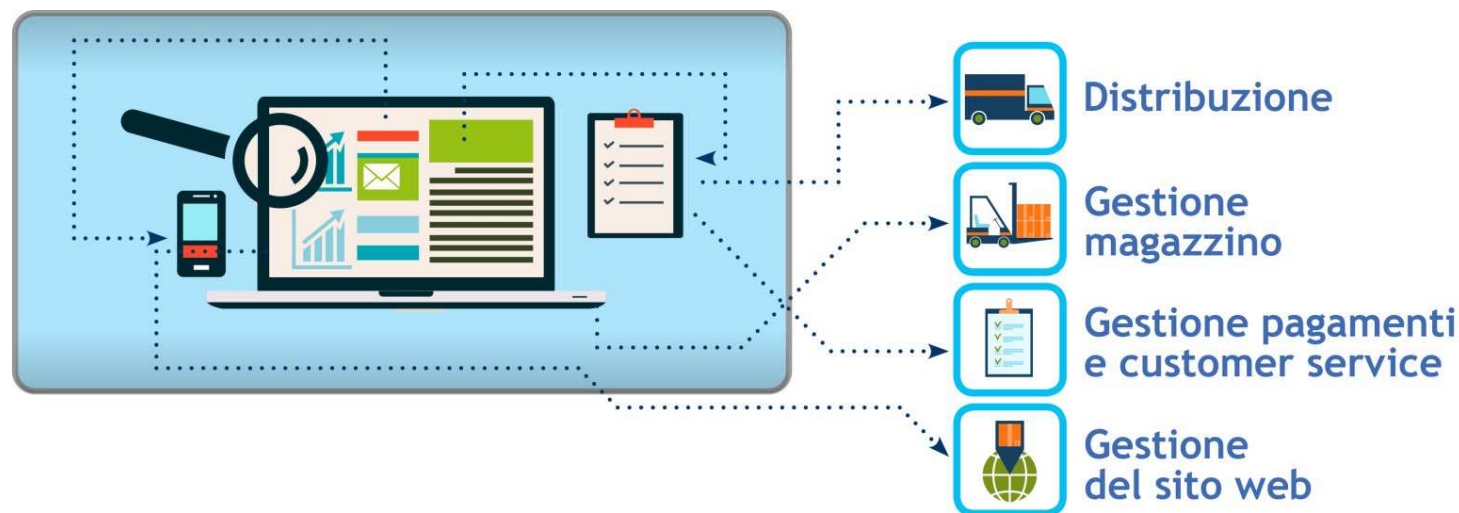
### I driver progettuali utilizzati:

- alta capacità d'**integrazione fra i vari sistemi IT** dei vari attori della e-supply chain
- forte **focus sui servizi di consegna a valore aggiunto**
- forte attenzione sulla **rete distributiva** (forti accordi di partnership)



## Il nuovo ruolo dei fornitori di servizi logistici

Ma al provider logistico viene sempre di più richiesto di **integrarsi a monte sul canale on line**. Quindi oltre la distribuzione e la gestione di magazzino gli viene ora chiesto di presiedere attività come



Quindi il provider logistico diventa il **gestore dell'intera iniziativa** della multicanalità del proprio cliente. Tale ruolo viene tipicamente svolto grazie ad alleanze con altri attori della filiera, come può essere una web digital agency.

## Il progetto eONE: come è nato

La chiave di successo del nostro progetto è stata proprio quella di “ascoltare” il nostro Cliente, così abbiamo scoperto che ha **nuove esigenze** verso il proprio operatore logistico oltre la pura fase logistica. Ha bisogno di un **interlocutore unico** e una progettazione di successo già dalle prime fasi strategiche di approccio al canale on line.

Abbiamo quindi creato **eONE**, un fullfilment eCommerce, un'integrazione verticale con Studium Group, una digital web marketing, che si sviluppa dalla strategia di posizionamento (SEO) fino al Customer care after delivery.



+ ascolto dei bisogni del  
cliente

e-commerce fullfillment

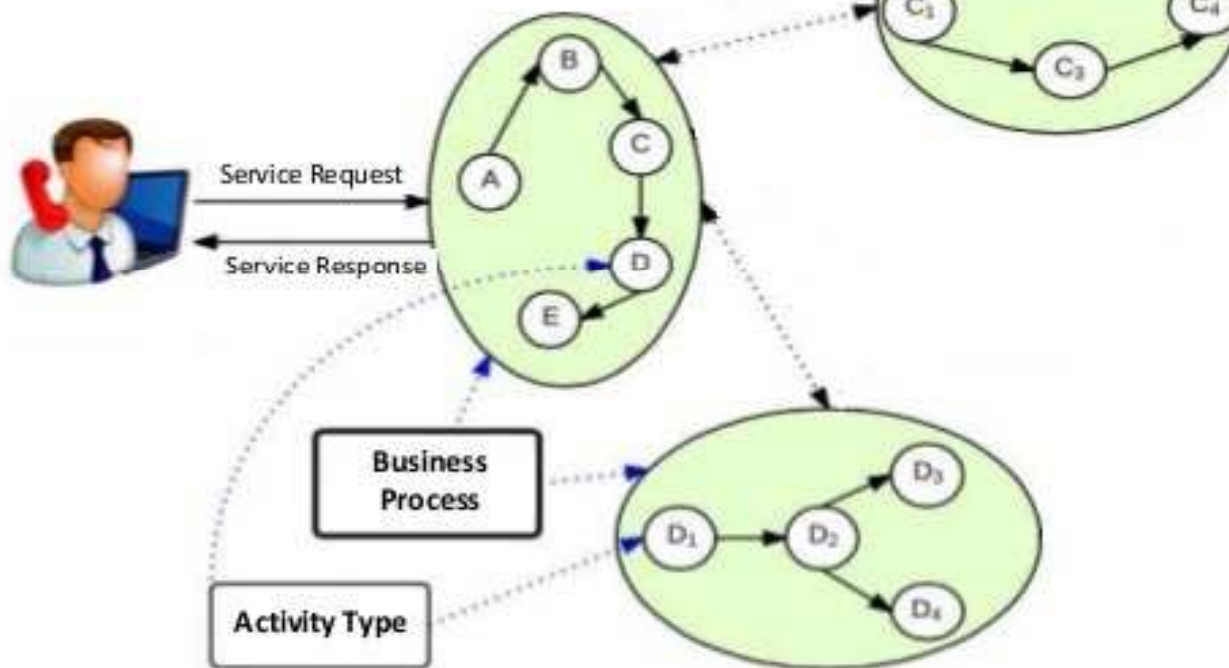
# eONE: la «virtual enterprise»



Business Partner\_1



Activity



Business Partner\_2



CREATIVE MARKETING SOLUTIONS



## Case history: Hero Italia

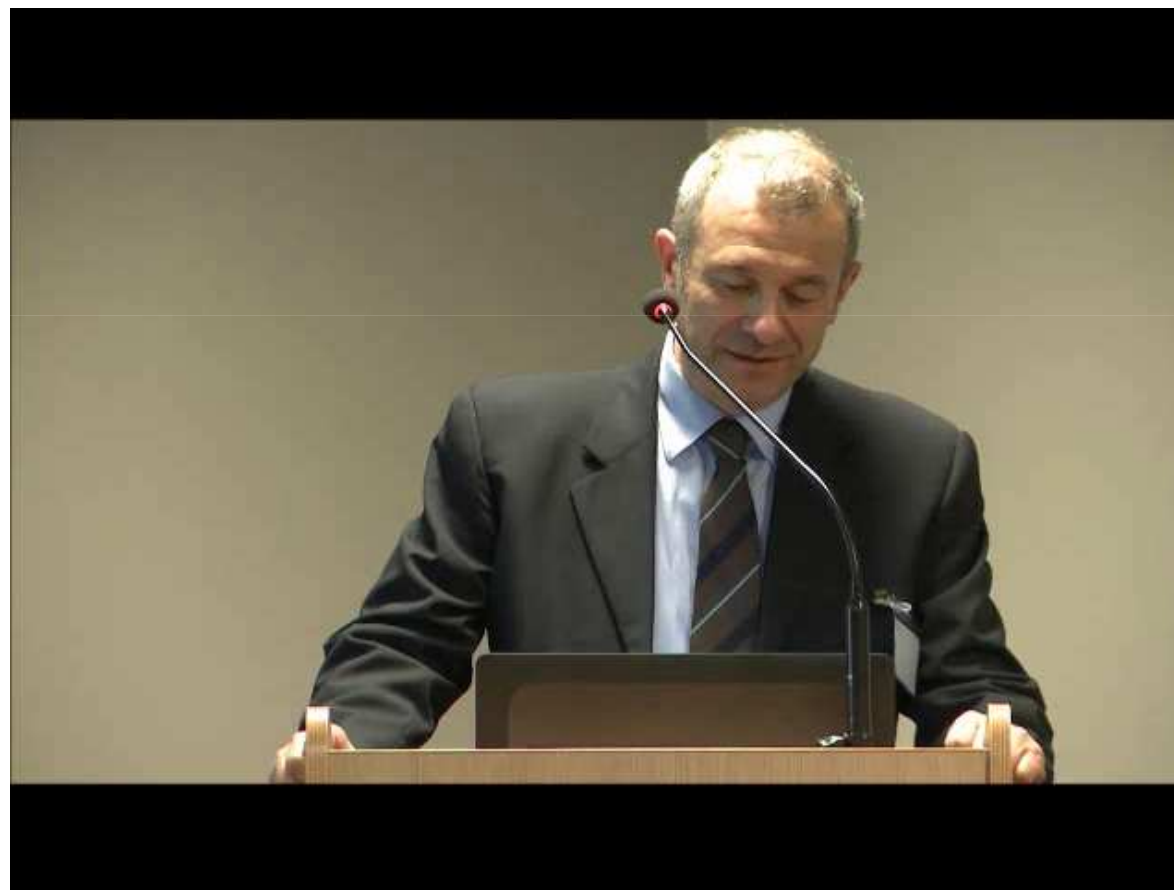


Facciamocelo raccontare direttamente da loro (intervento al convegno Contract Logistics 2016...)

## Case history: Hero Italia



Facciamocelo raccontare direttamente da loro (intervento al convegno Contract Logistics 2016...)



## Case history: Hero Italia



**Obiettivo:** strategia multicanale

**Progetto:** creare un sito di e-commerce B2B

**Target:** offrire ai clienti Ho.Re.Ca. uno strumento flessibile di acquisto

**Problema:**

- aspettative commerciali
- rapporto costi / benefici
- ottimizzazione dei flussi
- contenimento costi di sviluppo fisici e logici
- qualità del sito e
- ridotte risorse HR interne
- standard di gruppo



## Case history: Hero Italia



Principali problematiche nello sviluppo del progetto:

- *Mancanza di expertise interna*
- *Difficoltà di coordinare e bilanciare le necessità dei vari uffici (marketing, vendite, logistica, amministrazione)*
- *Contenimento dei costi in termini economici ma anche «di tempo» delle varie persone coinvolte*

## Case history: Hero Italia



Nello specifico dell'**ambito logistico**:

- Cambio del flusso ordini / informazioni => non più da Hero a Logistica Uno (ns partner logistico) ma dal SW e-commerce ad Hero e Logistica Uno
- Tempi di gestione di ordini e flussi => decalage di un giorno per i flussi da ordini «normali», in tempo reale per gli ordini e-commerce
- Automazione totale delle operazioni => normalizzazione anagrafiche, carico ordini, emissione fatture accompagnatorie, contabilizzazione delle vendite e degli incassi
- Ottimizzazione della gestione logistica => evitare duplicazione di magazzini, evitare interferenze con la gestione degli ordini e dei flussi «normali», gestire in tempo reale la disponibilità di merci per gli ordini e-commerce

## Case history: Hero Italia



Il valore aggiunto di *e*ONE è rappresentato da poche parole:

**ESPERIENZA:** nella stessa organizzazione sono presenti consolidate competenze in ambito logistico (Logistica Uno) e web/marketing (Studium)

**SEMPLIFICAZIONE:** un'unica controparte, un'unica persona di riferimento che ha coordinato tutte le riunioni e le attività

**RISPARMIO:** sia in termini economici che di impegno richiesto alle risorse aziendali (anche per il contenimento del tempo go live entro i 6 mesi)

**INTEGRAZIONE:** grazie all'esperienza di Logistica Uno e Studium il progetto e-commerce si è totalmente integrato nell'organizzazione e nei processi già esistenti

# Grazie per l'attenzione



Via Padania, snc – 37050 Oppeano (VR)

Tel. 045-6767077 Fax 045-6717620

E-mail: [info@logisticauno.com](mailto:info@logisticauno.com)

[www.logisticauno.com](http://www.logisticauno.com)



Stay tuned

