

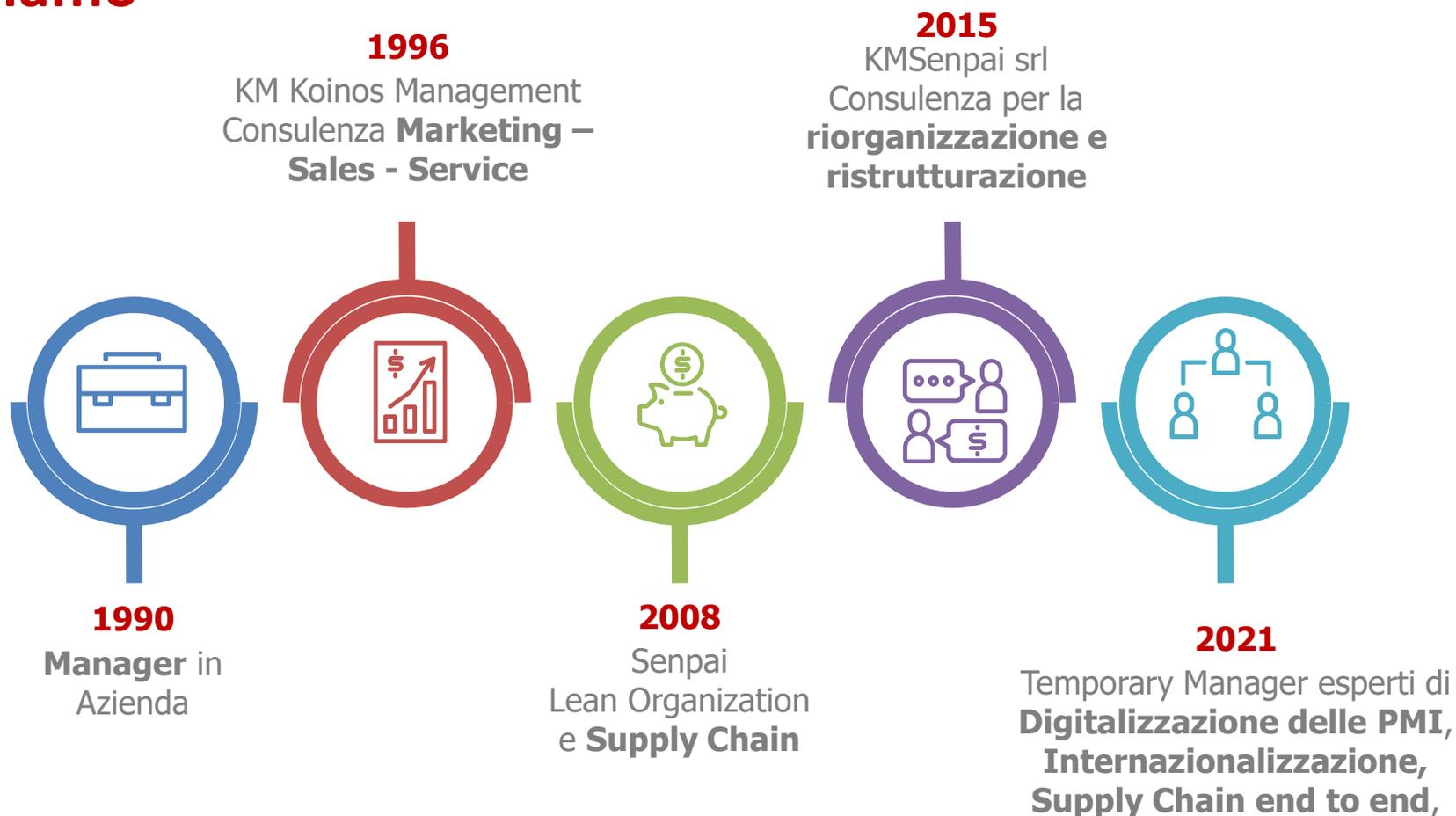
# Digitalizzazione delle PMI

## Migliori pratiche per rispondere alle esigenze delle PMI

25 novembre 2021

Le informazioni contenute nel presente documento sono classificate riservate e confidenziali ad esclusivo uso del personale Cliente. Nessuna parte può essere riprodotta e/o fotocopiata per la distribuzione, al di fuori della organizzazione Cliente, senza l'autorizzazione scritta di KMSenpai srl. Questo rapporto è utilizzato da KMSenpai srl durante le presentazioni e non rappresenta l'insieme degli argomenti discussi.

# Chi siamo



- Il nostro percorso nasce in azienda come **manager di funzione**
- Da oltre 20 anni **gestiamo progetti di riorganizzazione**
- Oggi siamo un team di **temporary manager** con una vasta esperienza di gestione di impresa

# Il nostro scopo : guardare assieme per vedere oltre



## **GUARDARE ASSIEME PER VEDERE OLTRE**

Definiamo la strategia e l'execution per innovare i modelli di business con un approccio olistico

(Imprenditori & Top Manager)

## **AFFIANCIAMO IL MANAGEMENT**

Gestiamo il business as usual e realizziamo la trasformazione digitale

(Direzione Generale & Direzioni Operative)

## **REALIZZIAMO I NUOVI PROCESSI**

Gestiamo l'operatività "day by day" e miglioriamo i processi (vecchi e nuovi) al vostro fianco

(Manager Funzionale)

 **Conoscere il contesto in cui si opera, individuare la direzione da seguire per essere efficaci ed efficienti.**

# Sempre più aziende dichiarano di avere un piano strategico di Digital Transformation volto ad intervenire su Customer Experience, processi operativi e nuovi modelli di business

## Customer Experience

### Comprendere il cliente

- segmentazione data driven,
- social media knowledge

### Stimolare i ricavi

- supporto alle vendite,
- predictive marketing

### Touch point col cliente

- coerenza tra i canali,
- self service

## Processi Operativi

### Rendere digitali i processi

- miglioramento performance,
- continuità operativa

### Agevolare il lavoro

- smart working,
- knowledge sharing

### Performance management

- supporto decisionale (dati),
- trasparenza operativa

## Business Model

### Elementi digitali nel business

- digital wrappers,
- estensione del prodotto

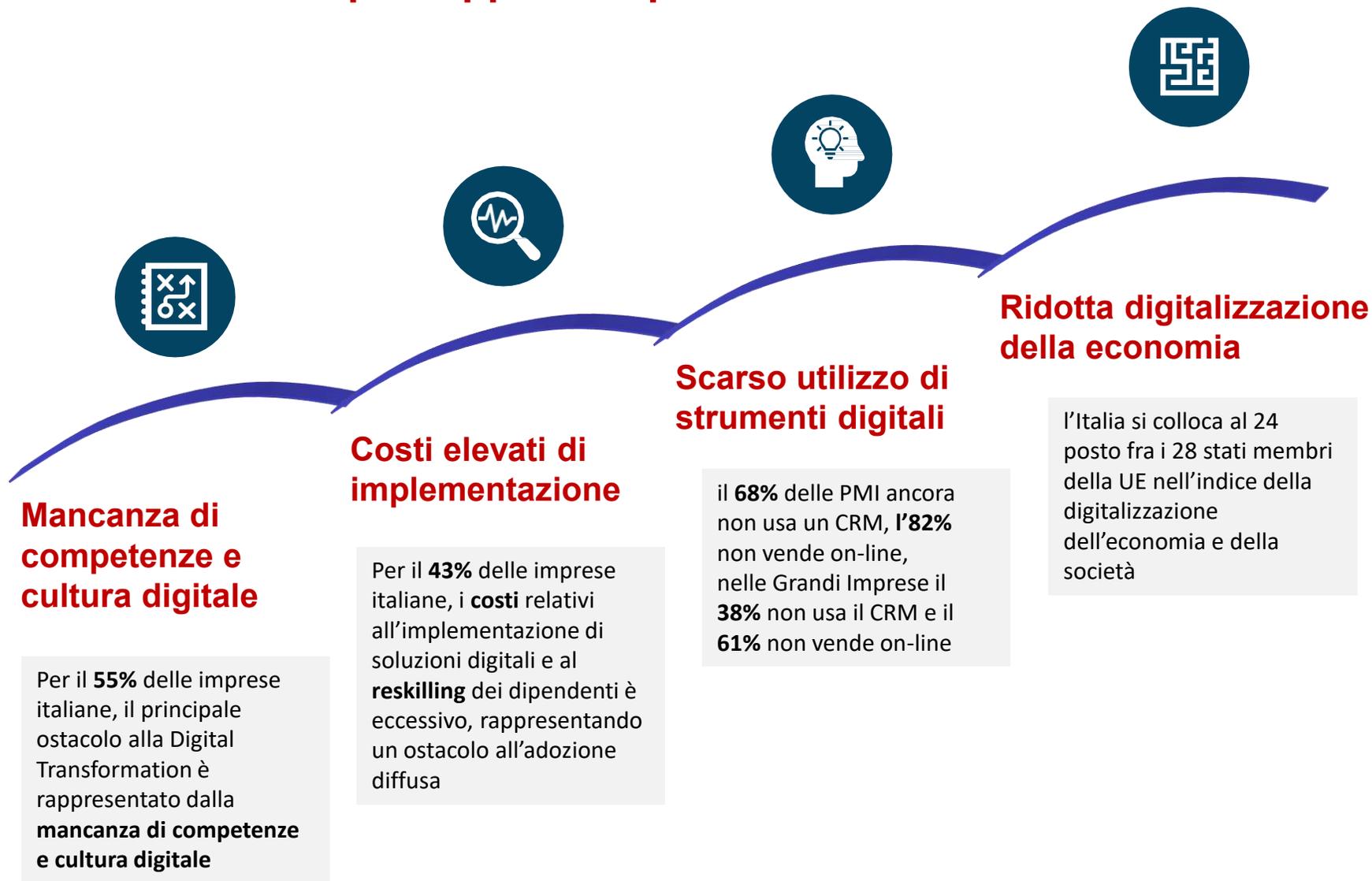
### Nuovi business digitali

- prodotti digitali,
- estensione del business

### Globalizzazione digitale

- servizi digitali condivisi,
- integrazione aziendale

# Le medie aziende italiane sono più in difficoltà nell'attuare questi cambiamenti perché mancano alcuni presupposti importanti



## .....ma la trasformazione digitale è considerata una priorità aziendale nonostante le difficoltà a metterla realmente in atto



La **trasformazione digitale** rappresenta indubbiamente una tra le **maggiori priorità** da percorrere, non solo in termini di **dotazioni tecnologiche** e di **connettività** necessarie per garantire la **continuità operativa** dei propri dipendenti, ma proprio come **supporto strategico di business continuity plan** lungo tutta la Supply Chain End to End anche in periodi di **profonda crisi**.

Su un'analisi condotta quasi il 50% delle aziende mette la digital transformation della SC tra le TOP 3 priorities



# Porsi l'obiettivo di attuare la Digital Transformation ha implicazioni diverse in funzione del grado di maturità aziendale

La Digital Transformation poggia su una serie di presupposti abilitanti e va attuata per gradi come un vero e proprio programma di crescita dell'organizzazione.



# Di cosa parliamo quando parliamo di vendite: tutto il perimetro di client management, dalla lead generation al post vendita

## Prima

### Branding

- ▶ Presentazioni e generazione di contenuti
- ▶ Gestione eventi e attività di advertising

### Marketing

- ▶ Segmentazione mercato e selezione prospect
- ▶ Lighthouse geografie e prodotti

### Product & Offering Communication

- ▶ Presentazione il prodotti / catalogo
- ▶ Comunicazioni tecniche prodotto

### Prospect & lead engagement

- ▶ Ingaggio dei prospect
- ▶ Gestione dei lead

## Durante

### Gestione dei clienti

- ▶ Incontri (fisici/virtuali) e Presa in carico (KYC)

### Pipeline management

- ▶ Monitoraggio la pipeline
- ▶ Gestione feedback e follow up

### Offer management - key account

- ▶ Configurazione l'offerta e gestione ordini

### Ecommerce self service

- ▶ Indice e configurazione prodotto
- ▶ Pricing terms and conditions
- ▶ Discount and rebates

### Client analytics

- ▶ Analisi e segmentazione clienti
- ▶ Strategia (key account e geografie) e obiettivi

## Dopo

### Service

- ▶ Upsell su ricambi e gestione post ordine
- ▶ Prenotazione servizi a valore aggiunto e field management

### Client caring

- ▶ Gestione proattiva claims
- ▶ Gestione proattiva feedbacks
- ▶ Opzioni di Self service evolute
- ▶ Metriche di misurazione performances

### Co-design

- ▶ Per prodotti complessi Co-design con la ricerca e sviluppo

### Portafoglio

- ▶ Gestione portafoglio clienti e opportunità di upsell/cross sell e CRM evoluto

# Come rispondere alle nuove esigenze nella gestione dei processi Sales e Marketing B2B e B2C?

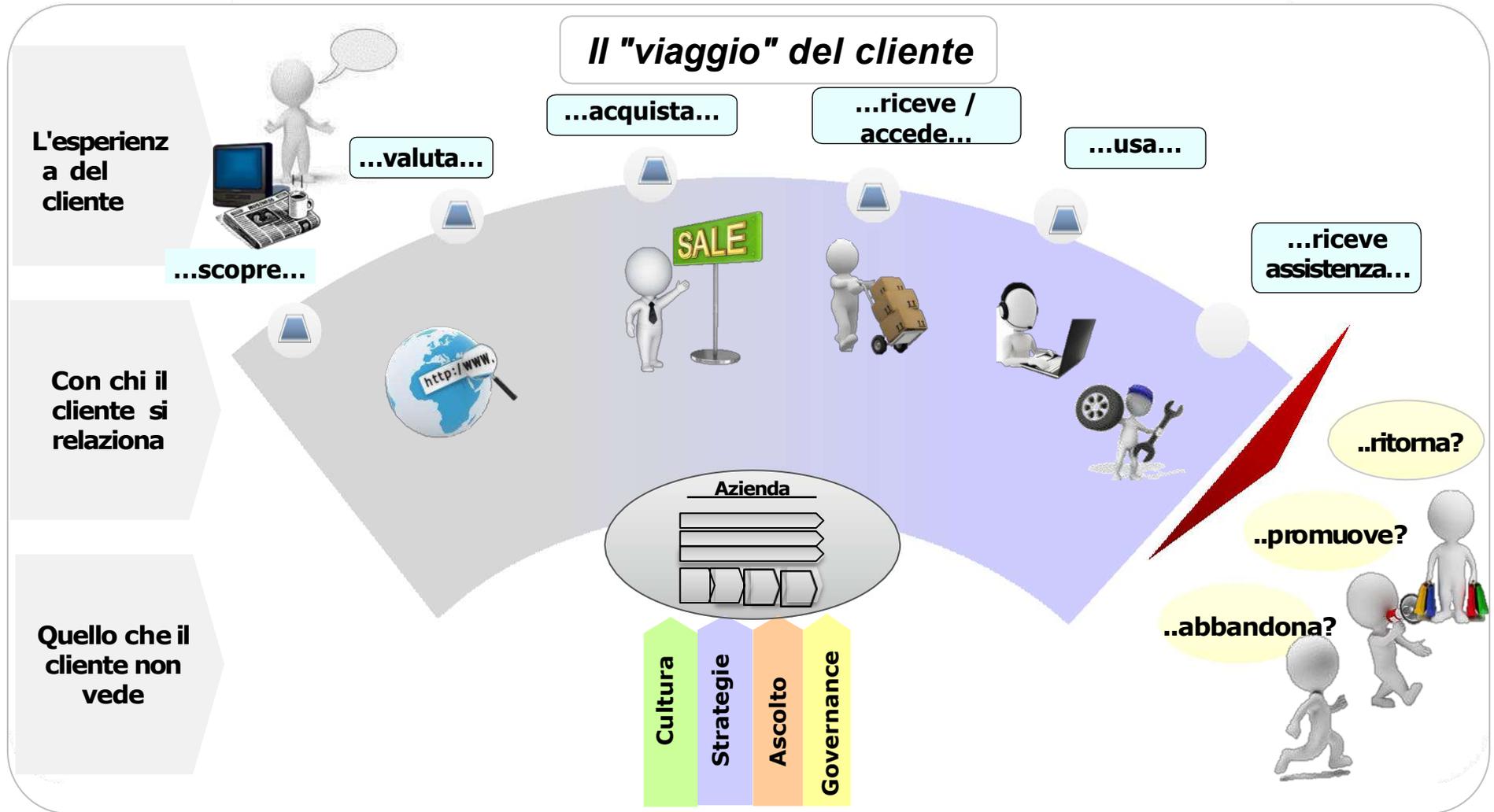
In questo contesto evidenziamo 7 applicazioni abilitanti che impattano nei principali processi di vendita e di marketing



- 1 Front End**
  - Siti web e Mobile App
  - Catalogo digitale
  - Social Selling
- 2 Product Information / Digital Asset Management**
  - Gestione digitale di tutte le informazioni di prodotto (PIM)
  - Gestione degli asset digital di prodotto (DAP)
- 3 Marketing Automation**
  - Campagne di marketing mirate e rilevanti
  - Offerte personalizzate
- 4 Configure Price & Quote (CPQ)**
  - Gestione delle offerte e delle condizioni di Prezzo
  - Configurazione di prodotti
- 5 CRM**
  - Gestione dei Prospect e dei Lead
  - Gestione e segmentazione e delle opportunità (sales pipeline)
- 6 eCommerce B2B**
  - Offerte e ordini in self-service
  - Order tracking
  - Offerte personalizzate
- 7 Collaboration Tool**
  - Tool di collaborazione interna e esterna per organizzare webinar, sessioni di formazioni, etc...

**Ciascuna tecnologia gioca un proprio ruolo sui diversi processi Sales e Marketing B2B. La sfida è capire come metterle a terra in maniera «efficace» secondo le priorità di business.**

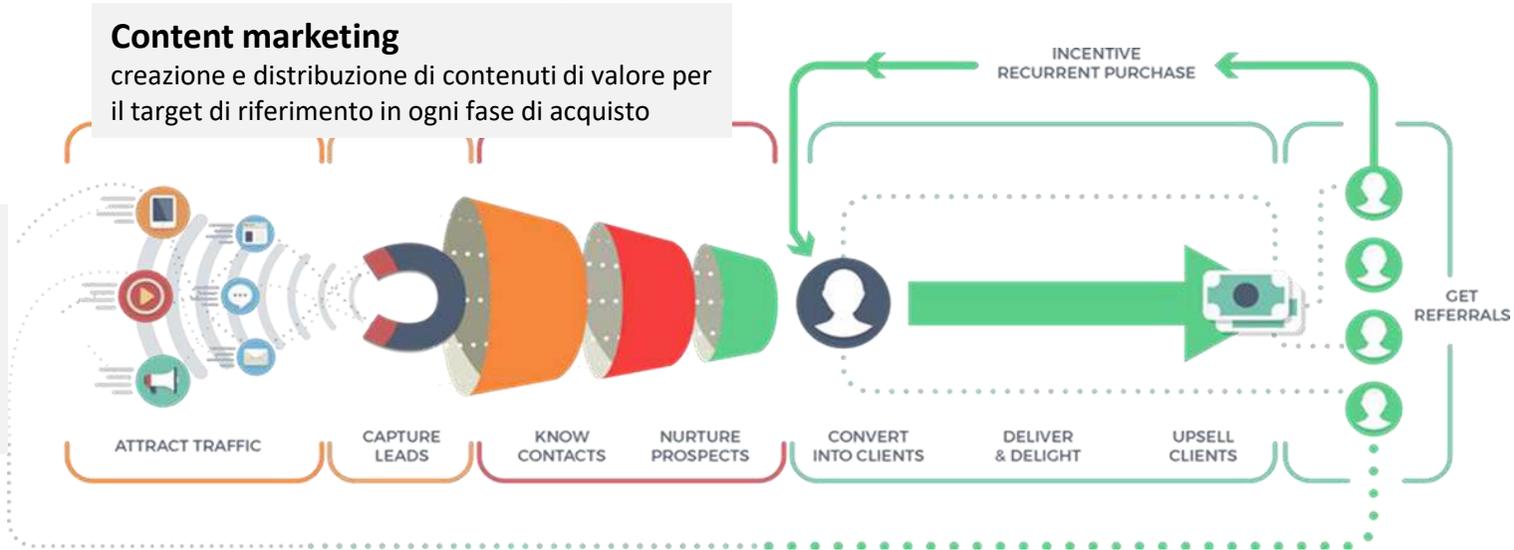
# ...la customer journey map per gestire il comportamento d'acquisto del cliente. Quali sono i punti di contatto del cliente con l'azienda?



# Costruire il sales funnel management attraverso ...

## Content marketing

creazione e distribuzione di contenuti di valore per il target di riferimento in ogni fase di acquisto



**Canali di ingaggio**  
 Sito  
 Social  
 SEM  
 influencer

## Misurazioni

Monitorare KPI e Obiettivi  
 Gestire i contatti e le richieste

## CRM Sales

Processo delle vendite complesse  
 Monitoraggio della pipeline  
 Business opportunity analysis

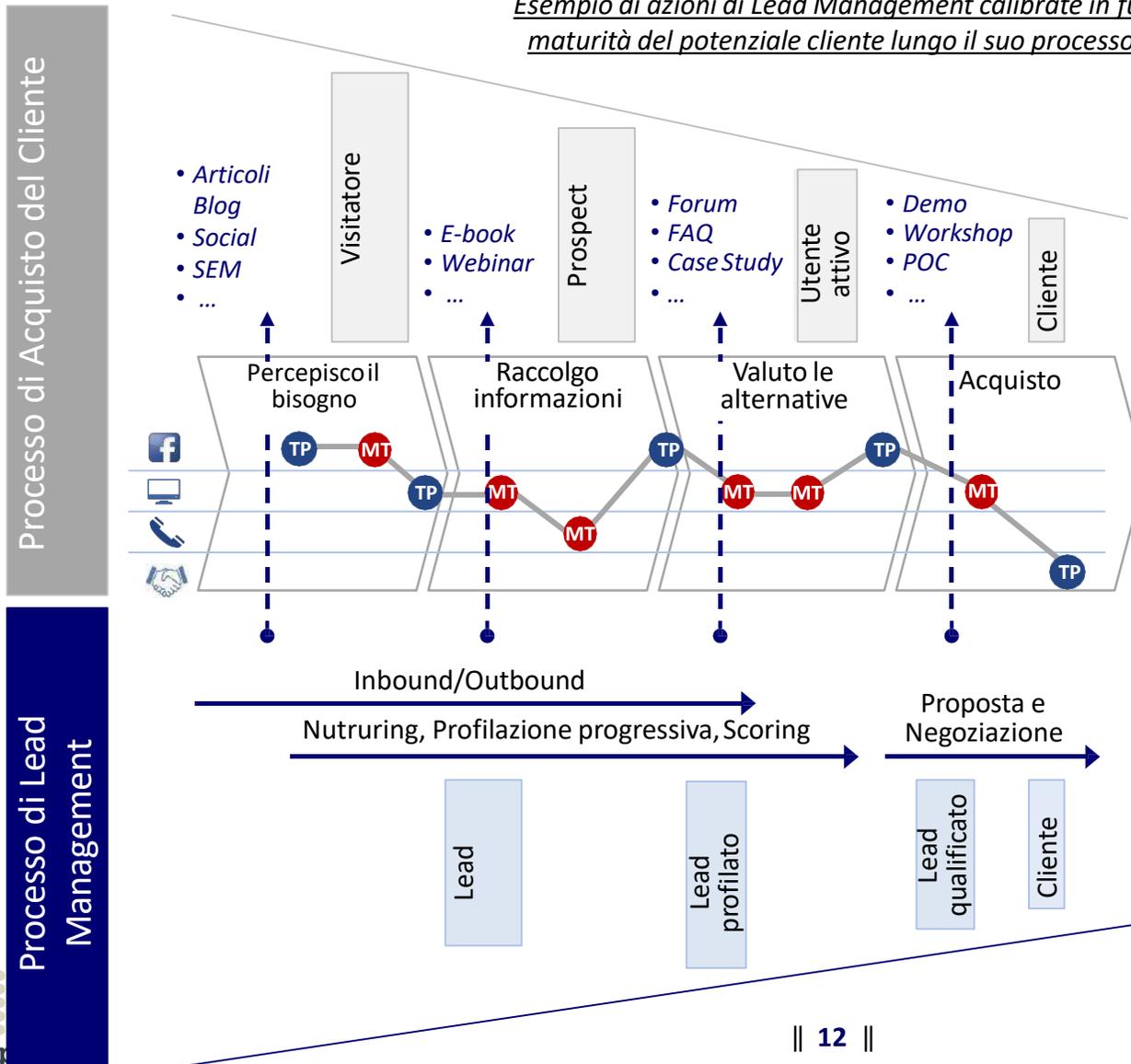


## Caratteristiche e vantaggi principali

- Gestire il viaggio del cliente dall'inizio alla fine centralizzando le informazioni rilevanti.
- Prendere decisioni basate sull'informazione: previsione delle vendite, costo del lead.
- Razionalizzare le risorse allineando i criteri e gli obiettivi del marketing e delle vendite (smarketing).
- Automatizzare alcune parti del processo per ridurre costi.

# ... le azioni da attuare, calibrate sulle abitudini comportamentali ed esigenze informative contingenti del Lead, da qualificare con....

*Esempio di azioni di Lead Management calibrate in funzione della maturità del potenziale cliente lungo il suo processo di acquisto*

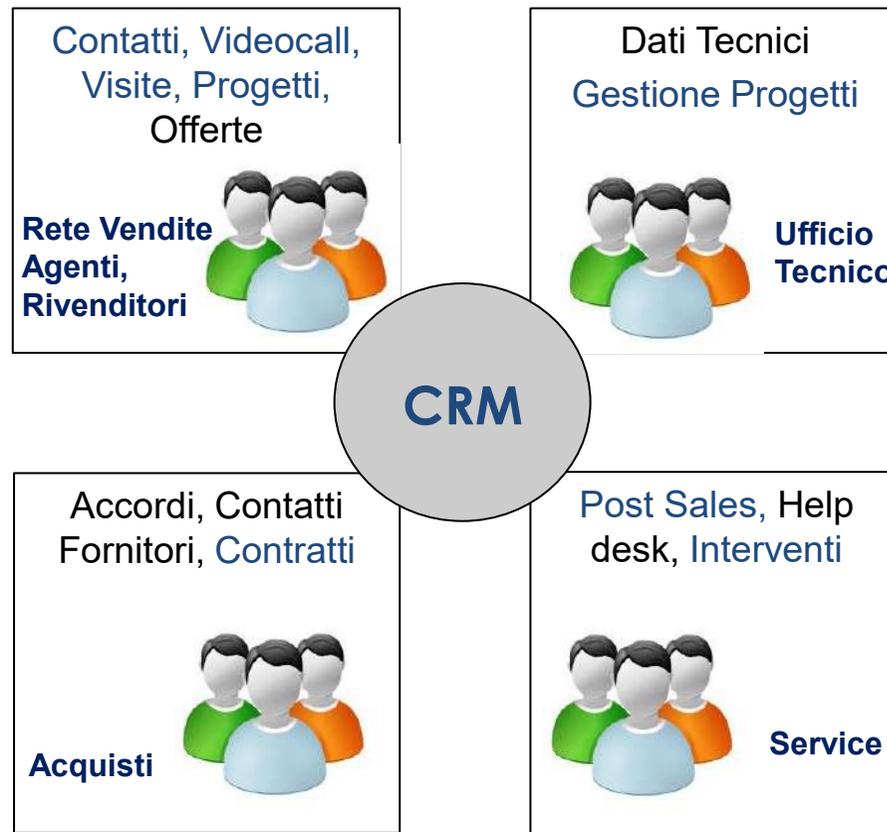


- La **profilazione puntuale** dei potenziali clienti **abilita** il **settaggio** del **processo** di Lead Management **in funzione** di ogni **specifica fase** del **processo di acquisto** del cliente
- La **conoscenza** delle sue specifiche **abitudini comportamentali** e di **interazione facilitano**, infatti, l'**individuazione** dei **canali**, delle **azioni** e dei **contenuti informativi** più **ideali** a consentirne l'**acquisizione** e la graduale **fidelizzazione**, fino alla sua **conversione** in cliente

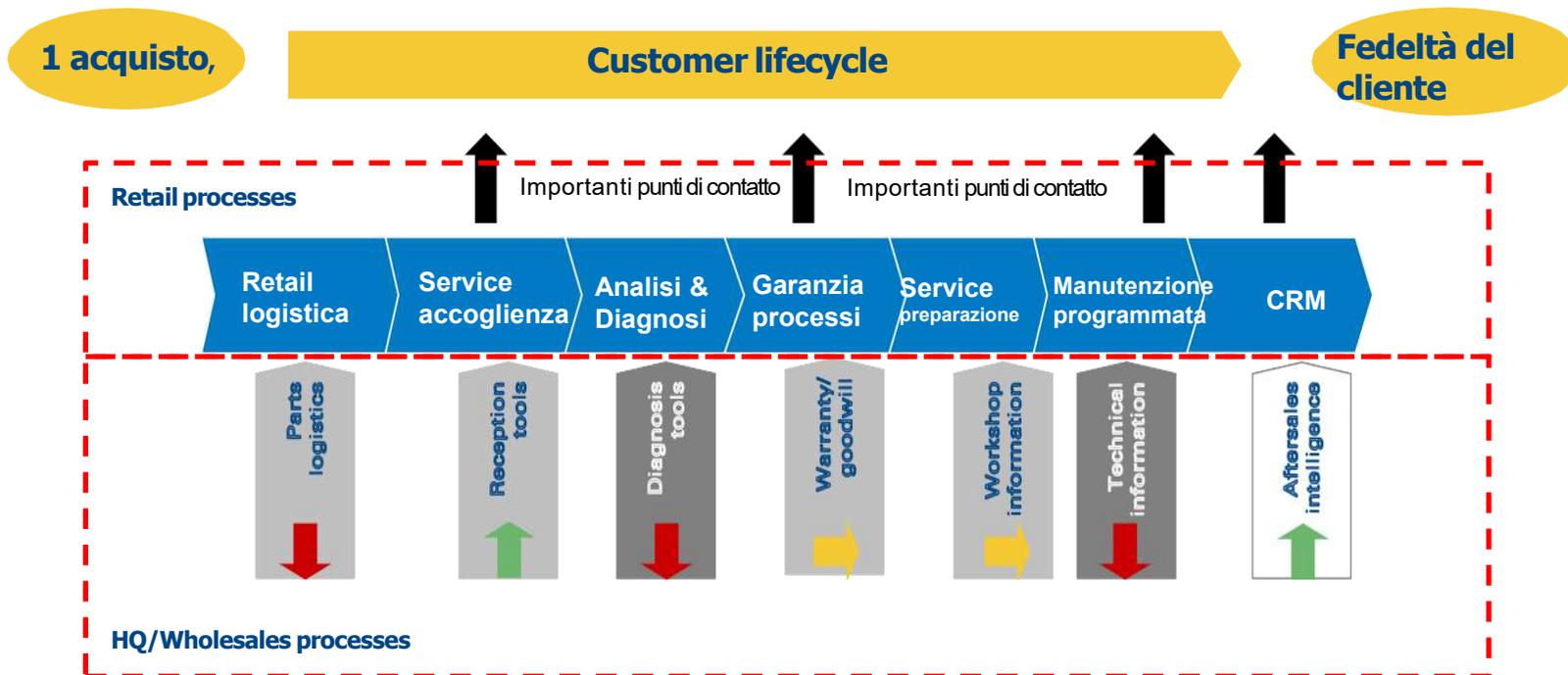
# La collaborazione nella organizzazione orientata al cliente utilizza la metodologia CRM



L'approccio del team per aumentare i risultati di vendita. Un team coeso e proattivo composto da addetti di: marketing, vendite, back office, tecnici commerciali nel pre-sales, after sales & service, R&D – sviluppo prodotto, operations. Un unico definito approccio al prospect / cliente in tutte le fasi del percorso di vendita



# After sales : analisi della catena del valore



OGGI (stato attuale):    = in-house    = collaborativo    = outsourced

TREND (ipotesi):        = insourcing    = mantiene lo stato odierno    = outsourcing

# La Supply Chain delle PMI è spesso una somma di singoli sotto-processi raramente raccordati tra loro ..... per mitigare il rischio è necessario un approccio end-2-end

## Procurement

vs.

## SC end-2-end

- Lotti economici
- Ordini aperti
- No planning
- Negoziazione estrema

- Pianificazione operativa
- Relazione collaborativa
- Condivisione rischi e benefici

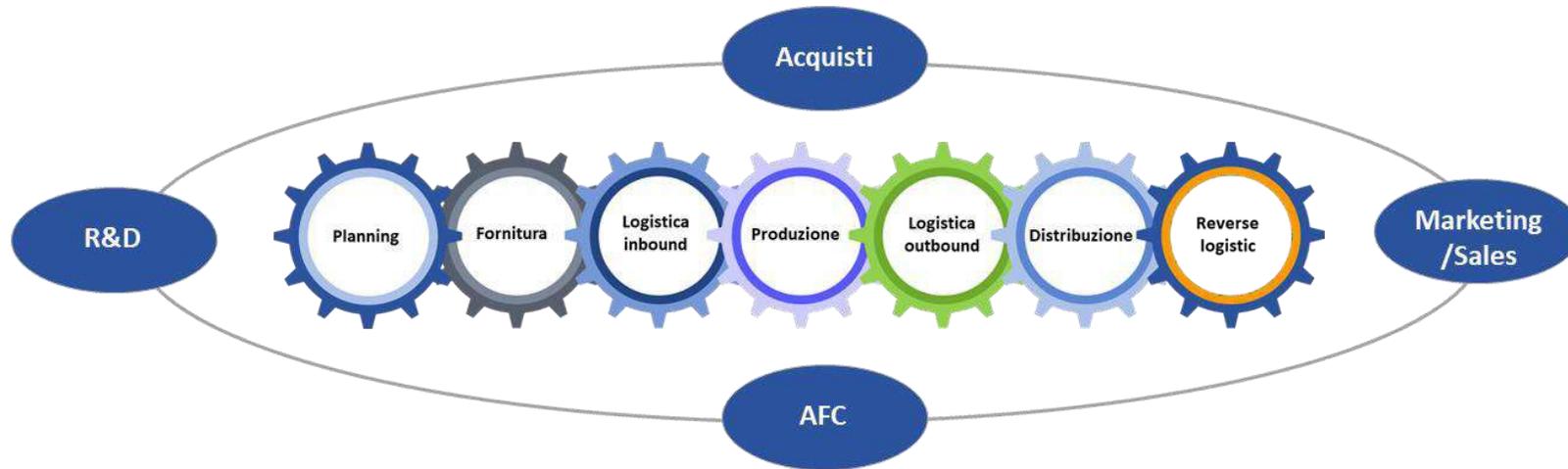
## Sales Planning

vs.

## SC end-2-end

- Budget
- Targets
- Piani di sviluppo
- MBO

- Piano vendite dinamico
- Previsione predittiva
- Planning integrato
- Intelligenza Artificiale



## Finance

vs.

## SC end-2-end

- CCN
- Free Cash Flow
- Azionisti e capitale
- Scorte minime
- Obsolescenza

- Customer Experience
- Contingency plans
- Scorte di sicurezza (rottture di stock)
- Risk Management

## Logistics

vs.

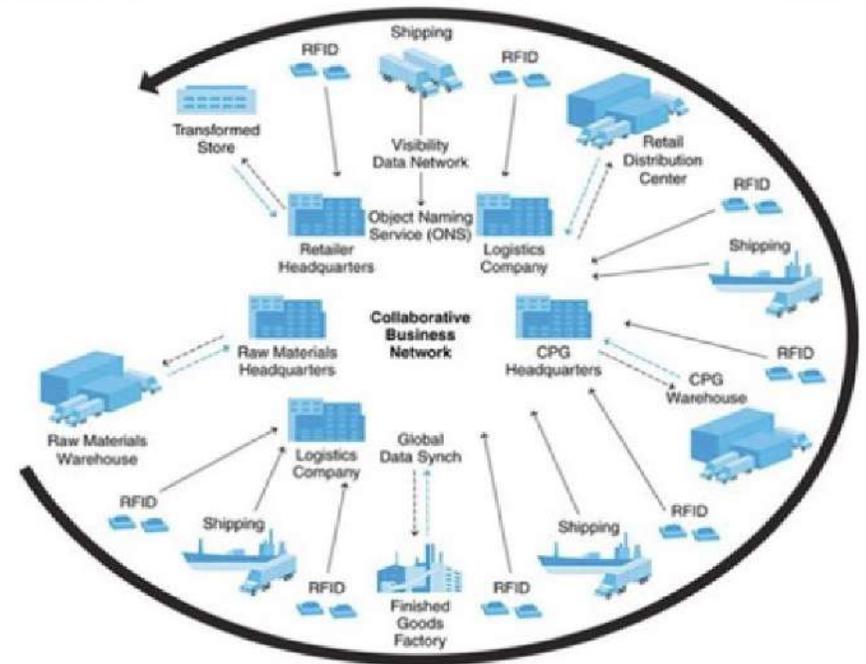
## SC end-2-end

- Outsourcing
- Delocalizzazione
- Labour intensive
- Produttività

- Partnership
- Reshoring
- Flessibilità ed equilibrio
- Welfare

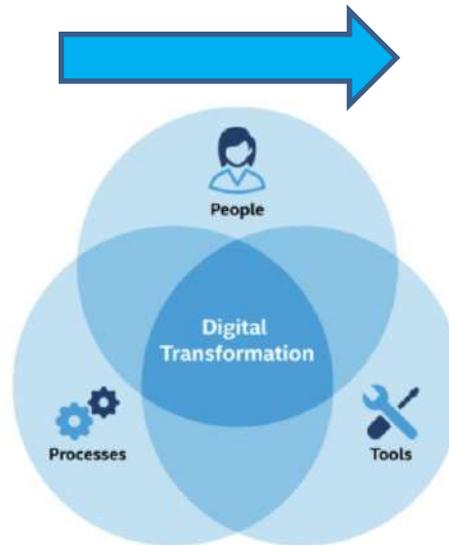
# Supply chain 4.0

Lo scopo della digitalizzazione della Supply chain è quello di rendere più produttiva e veloce la propria filiera attraverso **l'utilizzo di soluzioni digitali**, in grado di facilitare l'adozione di strumenti e procedure interoperabili, basate su servizi e tecnologie facilmente integrabili, creando una *supply chain* che sappia evolversi per fronteggiare le nuove sfide



## STRUMENTI SC 4.0:

- Collaborazione e comunicazione
- Automazione collaborativa e IoT
- Forecasting avanzato
- Ottimizzazione processi
- AI e Machine Learning
- Big Data analytics e sistemi cloud
- Programmazione/schedulazione avanzata
- Dashboard e monitoraggio KPI

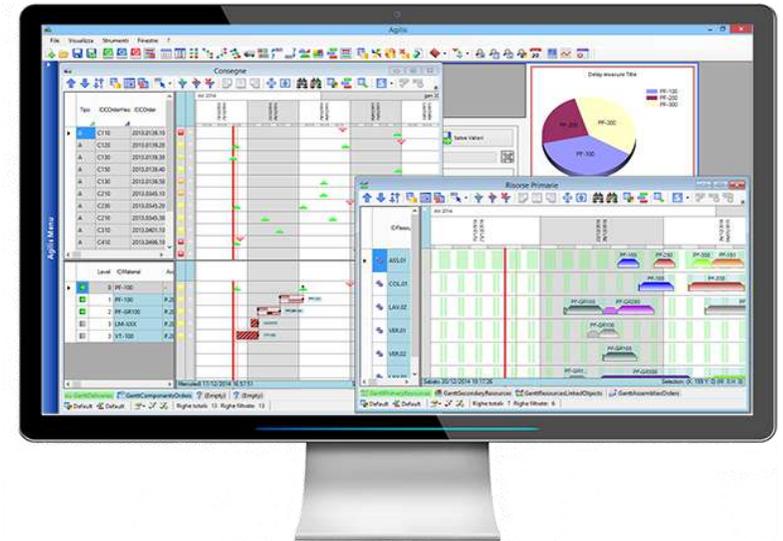


## VANTAGGI SC 4.0:

- ✓ Controllo real-time processi
- ✓ Manutenzione predittiva
- ✓ Integrazione avanzata informazioni fornitori
- ✓ Riduzione lead-time fornitura
- ✓ Aumento flessibilità produttiva
- ✓ Processo decisionale dinamico
- ✓ Miglioramento efficienza produttiva
- ✓ Riduzione errori nei processi di logistica
- ✓ Tracciabilità completa merce

# Pianificazione e schedulazione avanzata della produzione

Per **programmazione avanzata della produzione** si intende la creazione e il monitoraggio di un programma di produzione che coordina le risorse, i processi produttivi e di approvvigionamento e la capacità produttiva di un'azienda. I software per la **programmazione avanzata della produzione** permettono alle aziende di gestire in modo efficiente ed efficace le strategie e i tempi di produzione, l'approvvigionamento delle risorse e il monitoraggio dei processi produttivi.



## APS (Advanced Planning & Scheduling)

- Dimensionamento della capacità produttiva
- Gestione degli imprevisti
- Ottimizzazione del piano di produzione
- Coordinamento materiali e magazzini
- Simulazione What-if
- Sincronizzazione real-time con la produzione
- Pianificazione predittiva
- KPI

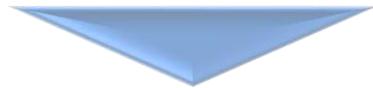
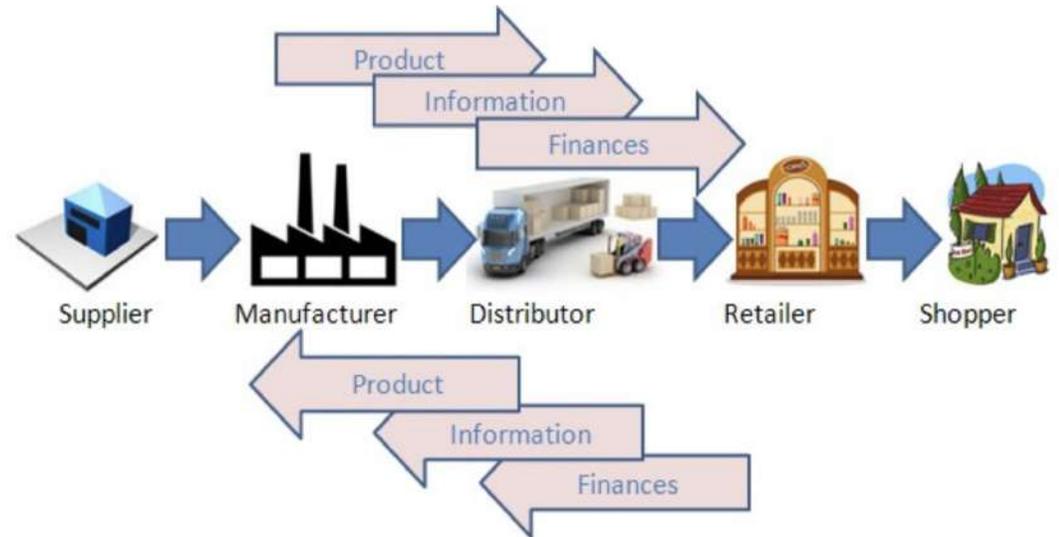


- Diminuzione di magazzini e WIP: 20-30%**
- Riduzione mancanti: 30-45%**
- Diminuzione lead time di consegna: 10-20%**
- Riduzione dei ritardi di consegna: 10-35%**



# SCM-Logistica 4.0

Quando si parla di **logistica 4.0**, si pensa ad un sistema a **gestione integrata**, con la capacità di controllo su tutta la catena di approvvigionamento, mediante un profondo processo di digitalizzazione. Le imprese abbracciano un nuovo modello organizzativo che ruota intorno **all'innovazione e a un uso intelligente delle nuove tecnologie**

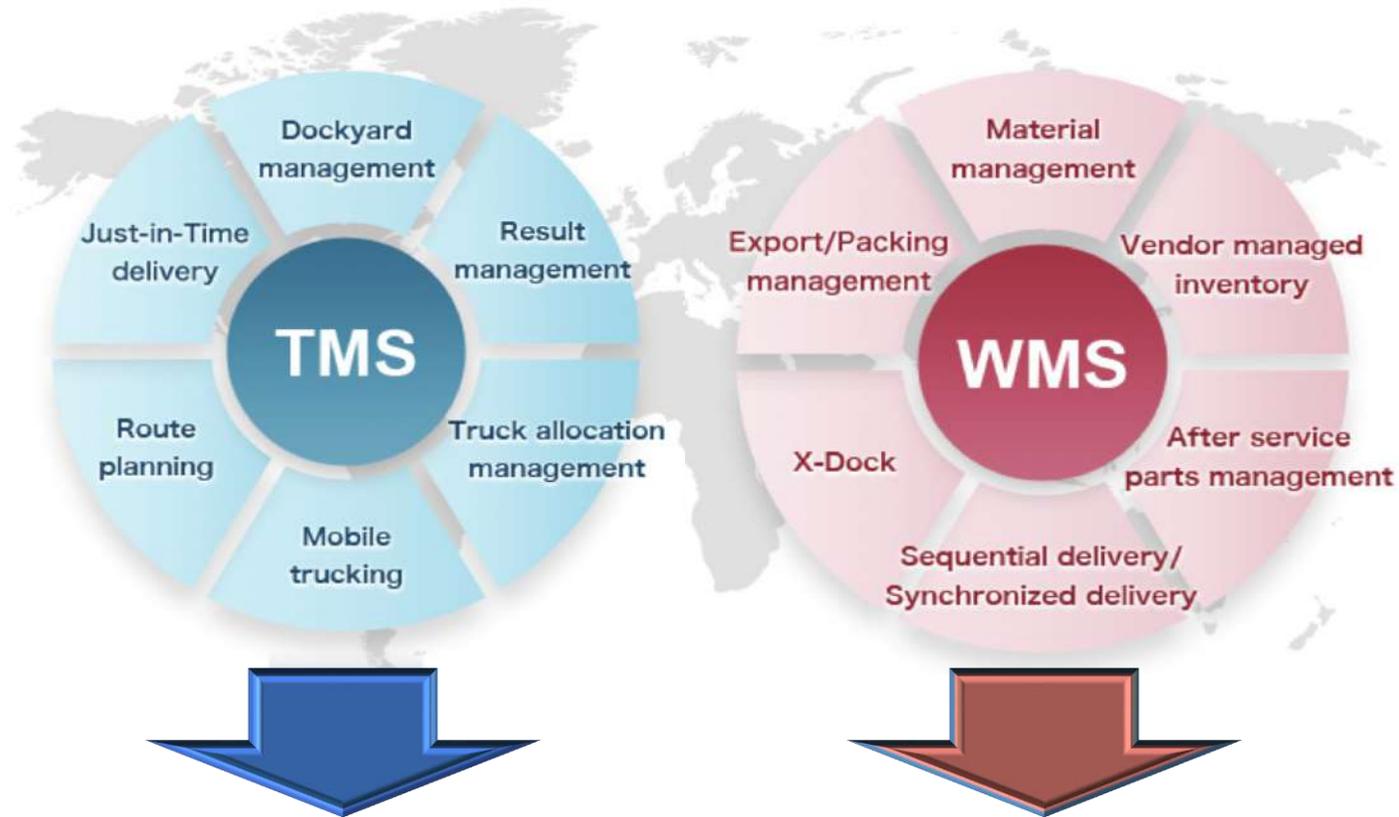


- Automazione collaborativa
- IoT
- Big Data
- Intelligenza artificiale
- Dematerializzazione document
- Comunicazione trasparente filii
- Tracciabilità dei codici
- Esternalizzazione Logistica
- WMS e TMS

## Transportation Management System(TMS)



# SCM-Logistica 4.0



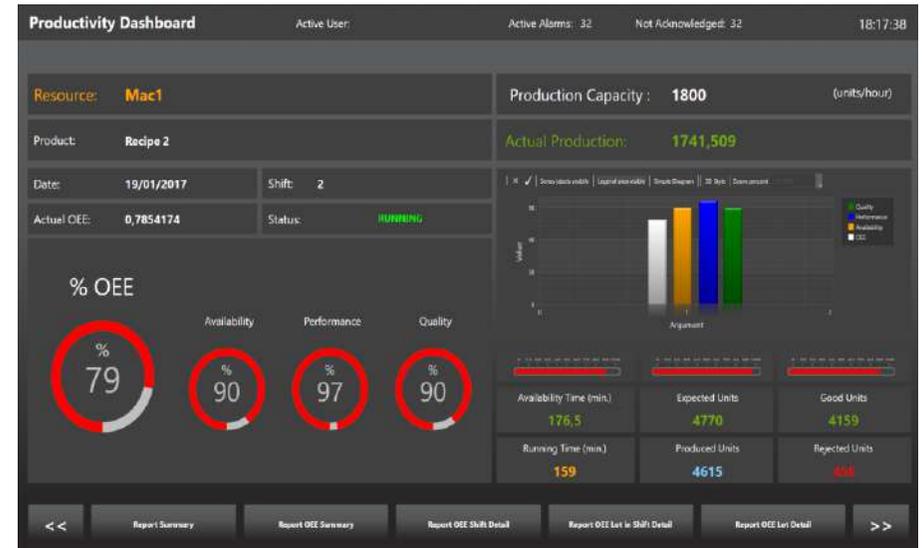
- ✓ Ottimizzazione del carico merci
- ✓ Riduzione costi di trasporto
- ✓ Dematerializzazione documenti
- ✓ Tracciabilità completa delle merci
- ✓ Visibilità ai clienti in real-time
- ✓ Riduzione reclami trasporti

- ✓ Ottimizzazione della movimentazione merci
- ✓ Riduzione tempi di prelievo articoli
- ✓ Razionalizzazione spazi e cross-docking
- ✓ Giacenza in real-time
- ✓ Report e KPI di controllo magazzino
- ✓ Riduzione errori nel processo di evasione ordini

# LEAN Production 4.0

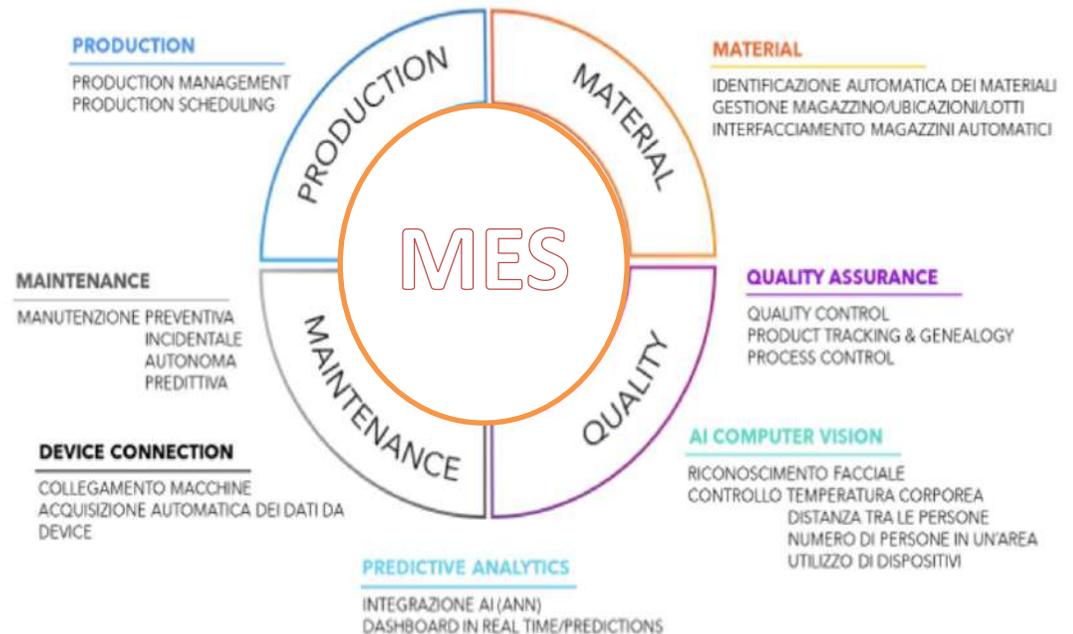
Lean e digitalizzazione possono svolgere un'azione sinergica, da un lato perchè le nuove tecnologie possono fungere da supporto per il metodo lean, dall'altro perchè la trasformazione digitale può avvenire correttamente solo se l'azienda pone come obiettivo la riduzione degli sprechi

La digitalizzazione dei processi aziendali, per essere efficace, non può prescindere da un rinnovamento metodologico: **un progetto integrato di Lean manufacturing e digitalizzazione** dimostra quanto un **approccio collaborativo** possa essere l'origine di una miglior efficienza operativa aziendale



La **Smart Manufacturing e Lean Production 4.0** non concentrano le attività solo sulla **produttività**, ma anche e soprattutto sulla **flessibilità**:

- Visual Management digitale
- Kanban Elettronico
- Smed
- Kaizen
- Manutenzione Predittiva
- Jidoka (automazione specializzata)
- MES intelligente



# Occorre ulteriormente accelerare nella digitalizzazione per creare un ecosistema digitale



TECNOLOGIE

La situazione di emergenza ha accelerato lo sviluppo e l'adozione di tecnologie in un modo che non ha precedenti.

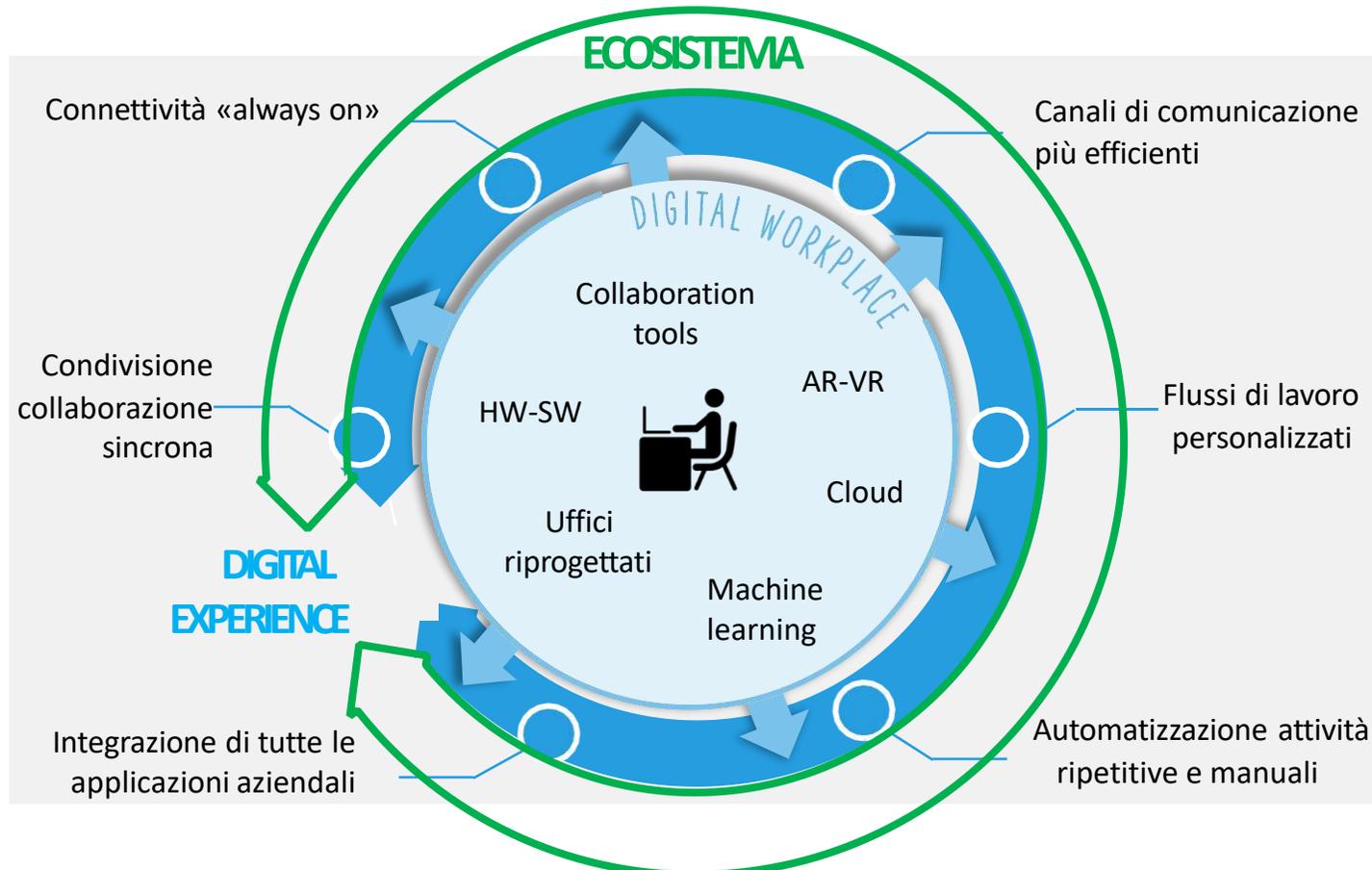
Il passo avanti che le aziende devono compiere è comprendere che **digitalizzare non significa solo aggiungere nuove tecnologie, ma anche capire come integrarle nei processi esistenti ed usarle per permettere ai collaboratori di connettersi in modo più efficace con il proprio lavoro e con gli altri**. Questo si traduce nel garantire una **digitalizzazione trasversale**, capace di coprire tutti gli aspetti della vita aziendale e di rispondere alle esigenze imposte dai nuovi modelli lavorativi.





# Costruendo un workplace digitale integrato che fornisca al lavoratore una digital experience nuova e permetta di svolgere le attività in modo più efficiente

Nel nuovo contesto, digitalizzare non significa semplicemente fornire gli strumenti per svolgere le stesse attività da remoto, ma richiede che **spazi di lavoro riprogettati e tecnologie di nuova concezione si fondano per creare una nuova esperienza digitale**. L'obiettivo è la creazione di un **digital workplace**, un ecosistema virtuale **che ottimizzi l'allineamento tra collaboratori, processi e tecnologie**, migliorando l'efficienza operativa e la resilienza aziendale.



# kmsenpai affianca i propri clienti nella trasformazione digitale con diversi servizi in relazione al grado di maturità aziendale ed agli obiettivi del proprio business



L'approccio di KMSenpai è già stato utilizzato per molteplici clienti nei rispettivi contesti di mercato

**Assessment del grado di maturità aziendale** – mappatura del livello di digitalizzazione raggiunto, definizione degli obiettivi da raggiungere, ridisegno della organizzazione e governance dei processi orientati al cliente,

**Identificazione soluzioni tecnologiche** - scouting dei fornitori che offrono strumenti - soluzioni che soddisfino i bisogni del cliente emersi nell'assessment,,

**Implementazione su 2 fronti delle soluzioni** – (1) avanzamento veloce (intervento per processo per sostenere gli investimenti) e (2) parallelamente avviare un piano di medio lungo termine per innescare un circolo virtuoso che sostenga il percorso e gli investimenti della Trasformazione Digitale,

**Nuovi modelli di business** - ridisegno e governance su processi di trasformazione digitale per concretizzare / implementare nuovi modi di fare business,

**Miglioramento delle prestazioni con le migliori pratiche** – utilizzo delle migliori pratiche delle Grandi Imprese scalabili ed applicabili nelle PMI,

**KMSenpai srl – Consulenza di direzione & Temporary management**

**Sede legale e operativa** : Polo Tecnologico di Pordenone “Andrea Galvani” Via Roveredo 20/b - 33170 Pordenone (PN)

Codice Fiscale e Partita Iva 03093910275 Capitale Sociale € 10.000 i.v.

**Sede operativa TV** : via Aquileia, 1 - 31050 Ponzano Veneto (TV)

[info@kmsenpai.it](mailto:info@kmsenpai.it) | [www.kmsenpai.it](http://www.kmsenpai.it)

**Grazie.**

Le informazioni contenute nel presente documento sono classificate riservate e confidenziali, sono opera di ingegno di KMSenpai srl ad esclusivo uso interno del cliente e non rilasciabili a terze Parti senza l'autorizzazione scritta di KMSenpai srl.

Le informazioni che il suddetto rapporto contiene sono riportate in forma sintetica e possono quindi creare dubbi di interpretazione a chi non ha partecipato alla loro presentazione. Restiamo comunque a disposizione per ogni eventuale ulteriore chiarimento.