



Home

Contesto e Problema

Metodologia di Lavoro

Conclusioni e Risultati

Lewitt Associati - Contatti

Lewitt Insight – Case Study n° 62

GEOLOCALIZZAZIONE DI UN NUOVO MAGAZZINO PER INCREMENTARE IL SERVIZIO AI CLIENTI E RIDURRE I COSTI DI TRASPORTO

SETTEMBRE 2024





Lewitt Insight: Case Study n° 62

Geolocalizzazione di un nuovo magazzino per incrementare il servizio ai clienti e ridurre i costi di trasporto

Home

Contesto e Problema

Metodologia di Lavoro

Conclusioni e Risultati

Lewitt Associati - Contatti

Il caso descritto si fonda sull'esigenza della Direzione Generale dell'azienda Cliente, operante nel settore dei prodotti per la cura ed il benessere della persona, di individuare il più idoneo modello distributivo nel medio termine considerando:

- gli obiettivi di crescita dell'azienda previsti dal piano industriale 2023-2028;
- l'attuale modello logistico-distributivo europeo costituito da 4 filiali e 6 magazzini (Italia, Spagna, Francia, e Gran Bretagna);
- il miglioramento del livello di servizio al cliente (tempo di evasione ordini) attraverso riduzione lead time di trasporto;
- la definizione del numero, della posizione geografica e della capacità di stoccaggio e movimentazione dei magazzini impegnati nelle attività di ricevimento, stoccaggio, imballaggio e spedizione di prodotti finiti al fine di ottimizzare la struttura di costo complessiva.

Per assolvere agli obiettivi sopra citati è stata scelta la metodologia «*Logistic Network Center of Gravity*» che ha permesso di sviluppare scenari alternativi, nel rispetto dei vincoli e delle ipotesi condivise con il Board aziendale, individuando soluzioni tecniche abbinate a proiezioni di investimenti richiesti e di ottimizzazioni economiche realizzabili.



Lewitt Insight: Case Study n° 62

Geolocalizzazione di un nuovo magazzino per incrementare il servizio ai clienti e ridurre i costi di trasporto

Home

Contesto e Problema

Metodologia di Lavoro

Conclusioni e Risultati

Lewitt Associati - Contatti

La **metodologia di lavoro** utilizzata al fine di raggiungere gli obiettivi di progetto si è articolata nelle seguenti fasi:

Fase 1: **Analisi del modello logistico-distributivo attuale («AS IS»)**

Durante questa fase sono state analizzate tutte le informazioni dell'anno 2023 riguardanti: localizzazione geografica di clienti e fornitori, quantità spedite annue da ogni magazzino, tipologia di spedizione richiesta (completo o groupage), transit-time di trasporto, costi di trasporto, vincoli commerciali o di altra natura, costi fissi e variabili di ogni magazzino.

Fase 2: **Identificazione e valutazione economico-gestionale dei potenziali modelli logistici-distributivi alternativi («TO BE») in linea con la strategia aziendale 2028**

Partendo dalle proiezioni di sviluppo commerciale, segmentate per nazione e famiglie di prodotti, sono state definite le quantità (in termini di pallet spediti) relativamente ai flussi in partenza (verso clienti) e in arrivo (da fornitori). L'algoritmo di simulazione ha identificato il numero di magazzini necessari al fine di garantire il livello di servizio atteso dai clienti (tempo di evasione ordine) e di ottimizzare i costi operativi logistici. Per ogni magazzino è stata individuata la posizione geografica, la dimensione (capacità di stoccaggio) ed il livello di servizio erogabile. Più scenari, a diverso livello di complessità organizzativa, sono stati sviluppati mostrando per ciascuno i KPI più significativi in termini economici e qualitativi.

Fase 3: **Scelta del modello logistico a tendere**

Dal confronto tra i diversi scenari proposti è stata individuata la «road map» necessaria all'implementazione del modello prescelto, secondo un gantt pluriennale in cui sono dettagliate le macro attività operative richieste.



Lewitt Insight: Case Study n° 62

Geolocalizzazione di un nuovo magazzino per incrementare il servizio ai clienti e ridurre i costi di trasporto

Il progetto ha fornito una serie di analisi chiave che hanno permesso al Board Aziendale di:

- disporre di sintesi (schemi e grafici) di migliaia di dati analizzati in grado di guidare il processo decisionale verso la soluzione strategica più efficace nel medio termine;
- misurare il miglioramento del livello di servizio offerto ai clienti, in termini di domanda complessiva (quantità di pallet consegnati) e di numero di clienti serviti entro gli standard qualitativi predefiniti;
- individuare, per ogni magazzino del futuro modello logistico-distributivo, le quantità di volumi di merce in transito ed il dimensionamento previsto (es. layout, n. di posti pallet stoccabili, tasso di rotazione dei prodotti, ecc.);
- quantificare gli investimenti necessari per l'apertura di un nuovo magazzino, mediante avvio di un rapporto con un provider logistico in outsourcing (3PL), mantenendo la maggior parte delle strutture logistiche dell'attuale modello distributivo, al fine di migliorare la prossimità ai clienti nei mercati più importanti. Parallelamente, è stato possibile determinare l'ammontare dei costi che potrebbero essere eliminati, totalmente o parzialmente, mediante l'implementazione del nuovo modello ed il trasferimento di alcune attività presso altri siti.

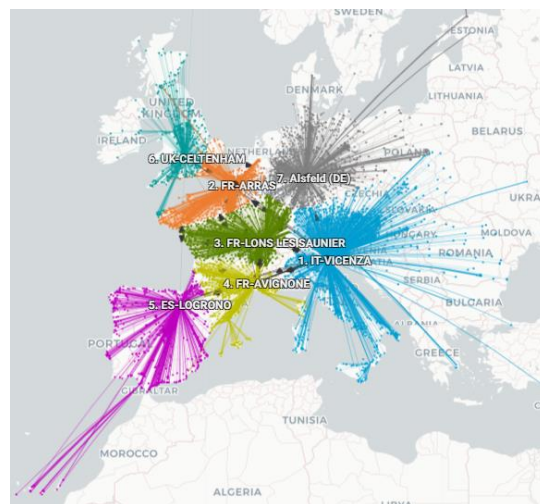
Home

Contesto e Problema

Metodologia di Lavoro

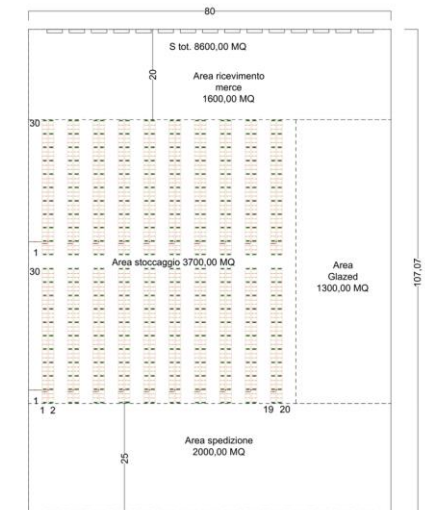
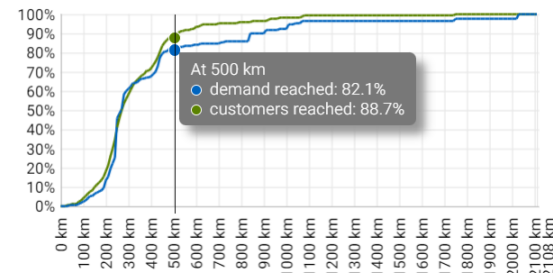
Conclusioni e Risultati

Lewitt Associati - Contatti



Service level distance chart

Percentage of demand and customers reached within a certain warehouse-customer-distance
Center-of-Gravity filter: 7|Near Alsfeld (DE)





Lewitt Insight: Case Study n° 62

Geolocalizzazione di un nuovo magazzino per incrementare il servizio ai clienti e ridurre i costi di trasporto

Home

Contesto e Problema

Metodologia di Lavoro

Conclusioni e Risultati

Lewitt Associati - Contatti

La serie **Case Study** fa parte dei **Lewitt Insight** che comprendono strumenti (es. Articoli, Presentazioni, White Paper, Video, ecc.) atti a comunicare i pensieri, le conoscenze e le esperienze dei Consulenti Lewitt Associati.

Lewitt Associati si occupa di consulenza direzionale e organizzativa e realizza interventi nelle seguenti aree: Strategia e pianificazione dello sviluppo; Organizzazione e processi; Tecnologia e innovazione; Persone e sviluppo delle competenze.

La **Divisione Ottimizzazione Costi** sviluppa progetti di ottimizzazione dei costi mediante l'utilizzo di tecniche di **Cost Management e Purchasing Category Management**, che permettono di ottenere risultati concreti e duraturi nel tempo. Le aree di intervento riguardano la Supply Chain e in particolare le seguenti categorie di spesa:

- Trasporti (nazionali/internazionali, mare/aereo/treno/gomma);
- Logistica (outsourcing logistico);
- Packaging (imballaggi primari, secondari e terziari).

La **Divisione Business Intelligence** sviluppa progetti che permettono di sfruttare e trarre vantaggio dai dati aziendali. Obiettivo dei progetti di BI è la riorganizzazione dei dati in informazioni interpretabili per poi farli diventare raccomandazioni utili a prendere decisioni.

La **Divisione Training**, grazie al proprio patrimonio di competenze ed esperienze, sviluppa progetti di formazione specialistica con l'obiettivo di trasferire nozioni, metodi, strumenti, esempi applicativi utilizzabili nell'attività operativa aziendale.

Per maggiori informazioni in merito ai servizi Lewitt Associati è possibile visitare il sito **www.lewitt.it** oppure contattare il Dott. Cristian Moschini all'indirizzo mail **cristian.moschini@lewitt.it**.