



Le cinque sfide della gestione del magazzino ed evasione degli ordini nel 2023

Ricerca di mercato AutoStore

autostoresystem.com





Negli ultimi due anni, la supply chain è stata oggetto di moltissime modifiche ed adattamenti, sino ad arrivare in alcuni casi al punto di rottura. Le difficili situazioni economiche, politiche, ambientali e sociali hanno altresì aggiunto una grande pressione, dalla produzione alla spedizione, fino allo stoccaggio, e a tutti i passaggi intermedi.

Il 2023 si presenta come un anno di cambiamento, con l'azione combinata di alcune minacce quali l'aumento dell'inflazione, la recessione, la contemporanea spinta verso la sostenibilità e le sempre crescenti aspettative della clientela.

La nostra ricerca sugli scenari di mercato ha portato alla luce una serie di informazioni su come le aziende stiano rispondendo e raccogliendo le sfide.

Il fatto che l'aumento dei costi sia una preoccupazione fondamentale, non rappresenta di certo una novità per nessuno. Più sorprendente, invece, è il gran numero di intervistati che afferma di disporre già di un sistema automatizzato di stoccaggio AS/RS o vorrebbe installarlo entro l'anno. L'indagine ha coinvolto aziende con un fatturato annuo di oltre 25 milioni di dollari, quindi la maturità degli intervistati ha influito in qualche modo sui risultati. Tuttavia, l'88% dei manager che dichiara di avere installato o di voler installare un sistema automatizzato di stoccaggio AS/RS nei prossimi 12 mesi mostra una propensione

e diffusione dell'automazione di magazzino straordinaria. Una diffusione che ha ripercussioni su tutte le attività ed aziende nel settore della logistica.

Con la crescente spinta verso una maggiore efficienza e flessibilità è fondamentale che le persone considerino le tecnologie dedicate al magazzino una soluzione vincente per migliorare i processi lavorativi. Tuttavia, questo significa che queste stesse tecnologie, che rappresentano ancora un vantaggio competitivo sono diventate un "must" più che un "nice to have". E l'investimento in innovazione è oggi un fattore essenziale se si vuole continuare a crescere. È anche interessante notare come le sfide globali siano fonte di maggiori preoccupazioni, mentre problemi più operativi quali un'accurata raccolta di dati, l'affidabilità delle attrezzature e la precisione del picking si posizionino in secondo piano. In tempi di crisi, si può essere facilmente distratti dai macro fattori a scapito di quelli micro. In ogni caso, il magazzino vive e muore con la consegna operativa quotidiana.

Ci sono molti altri spunti nelle pagine che seguono, quindi, buona lettura.



Marcus Mogéus
Direttore Marketing
AutoStore

Indice

Introduzione	4
01 La sfida dell'aumento dei costi	5
02 L'importanza della sostenibilità	9
03 I sistemi AS/RS non sono più un “nice to have”	13
04 L'utilizzo dello spazio è fondamentale in ottica di riduzione dei costi	17
05 Le aziende si concentrano sui macro-fattori	22
Conclusione	26

Introduzione

Nel mese di dicembre del 2022 abbiamo raccolto pensieri, opinioni ed esperienze di oltre 300 responsabili aziendali e decision makers, dagli amministratori delegati e Direttori Operativi a Responsabili di Logistica, per comprendere qual è il loro approccio alle sfide del mercato nei prossimi 12 mesi.

Abbiamo intervistato i manager di aziende di tutte le dimensioni e in diversi settori – beni di largo consumo, settore sanitario e farmaceutico, industria manifatturiera, industria automobilistica e vendita al dettaglio - per avere una visione più ampia delle sfide attuali e delle aree di interesse futuro.

Questo report descrive i risultati della ricerca e ne mette in evidenza i cinque aspetti più rilevanti. Inoltre vengono presentate le principali sfide ed opportunità per il 2023 corredate da commenti, consigli pratici e suggerimenti utili da parte di esperti del settore.

Il sondaggio in breve

Dimensioni del sondaggio: 320 intervistati

Vertici dirigenziali: CEO, CTO, COO, CIO

Vertici operativi – Responsabile della Logistica, Amministratore

Fatturato: Da \$ 50m a + \$ 250m all'anno

AREE GEOGRAFICHE - Nord America, Europa, Asia del Pacifico

Settori – Automobilistico, beni di largo consumo, manifatturiero, commercio al dettaglio e ingrosso, sanitario e farmaceutico

01

La sfida dell'aumento dei costi

(e le diverse strategie per affrontarla)

CONCETTI CHIAVE

- I costi dell'energia (32%) e della manodopera (27%) rappresentano le maggiori sfide globali per chi si occupa di stoccaggio.
- L'efficienza è fondamentale e l'88% degli intervistati considera i sistemi automatizzati di stoccaggio AS/RS la chiave per fare la differenza.
- Il focus sul cliente (34%) e sulla tecnologia (31%) sono in cima alle priorità per affrontare questa sfida.
- Il 43% afferma che il risparmio/utilizzo dello spazio sarà di importanza strategica per il proprio business.



Cosa emerge dalla ricerca:

A proposito di sfide nel 2023, non sorprende che le persone siano preoccupate principalmente dall'aumento dei costi — energia (32%) e costo del lavoro (27%) si posizionano ai primi due posti.

32%

degli intervistati, considera il costo dell'energia sono la sfida principale

27%

degli intervistati, cita il costo del lavoro come la sfida più grande

Gli intervistati europei sono stati colpiti in maniera particolarmente dura dalla crisi energetica aggravata dalla guerra in Ucraina, rispetto alle controparti in Nord America (NA) e Asia del Pacifico (APAC). Questo si riflette nel fatto che in Europa, il 44% ha citato l'energia come la sfida principale, rispetto al 24% nelle altre due aree geografiche.

Al contrario, l'aumento del costo del lavoro preoccupa di più in Nord America (27%) e nell'area APAC (34%), rispetto all'Europa (22%). Queste cifre sono senza dubbio legate da una grande preoccupazione per le imprese: la carenza di manodopera o di competenze. Il mercato del lavoro è stato volatile negli ultimi tre anni e l'industria della supply chain ha l'enorme compito di attrarre nuove persone o di considerare l'automazione come una soluzione alternativa.

Più in basso, ma ugualmente preoccupante per molti, è il costo crescente dei beni immobili (15%). Lo spazio per il magazzino tradizionale costa sempre di più alle aziende e ci sono chiaramente importanti decisioni da prendere in merito ai centri di stoccaggio ed evasione ordini in grado di operare in modo efficiente, soddisfacendo al contempo le richieste e le aspettative dei consumatori.

Come affrontare la sfida?

In che modo le aziende affrontano questo problema?

Il 34%

tra gli intervistati ha citato il miglioramento dei livelli di soddisfazione dei clienti come la principale area di sviluppo

L'88%

degli intervistati ha installato o sta pianificando di installare soluzioni AS/RS nei prossimi 12 mesi

1. Attraverso la customer experience (CX)

Migliorare i livelli di soddisfazione dei clienti (34%) è la principale area di sviluppo per le aziende nei prossimi 12 mesi. Anche la velocità è pari al 30%. È interessante notare che, nonostante queste sfide macroeconomiche, i nostri intervistati hanno ancora una visione chiara di ciò che conta di più: il cliente. Dal punto di vista del magazzino, CX significa soddisfare le crescenti richieste dei clienti in termini di disponibilità, consegna, e resi.

2. Magazzino efficiente

A pari merito, al secondo posto dopo la CX, le aree di interesse sono l'automazione e la tecnologia (31%) e l'efficienza/produttività della forza lavoro (31%). Questa necessità di ridurre i costi della manodopera e di operare in modo più efficiente è probabilmente il motivo per cui l'88% degli intervistati ha installato o sta pianificando di installare soluzioni automatizzate di stoccaggio AS/RS nei prossimi 12 mesi.

3. Location, location, location

Nel settore del commercio al dettaglio, la crescita continua degli acquisti online può aiutare a superare le pressioni sui costi. In questo scenario, in contesti di elevata densità urbana, diventa più importante scegliere la miglior location possibile, vicino al consumatore. Ma gli affitti di questi spazi dedicati al magazzino sono significativamente più alti.

L'efficienza dello spazio, ancora una volta, diventa un campo di battaglia fondamentale per bilanciare velocità, efficienza e aspettative dei clienti.

Il punto di vista dell'esperto

“

Come per tutte le attività interconnesse come una supply chain, non è possibile modificare una parte senza avere un impatto su tutto. Prendiamo, ad esempio, i costi immobiliari. Certo, si potrebbero spostare le attività in mezzo al nulla e risparmiare ingenti somme di affitto.

Ma quale impatto si potrebbe avere sulla customer experience? O sul costo del trasporto?

Le organizzazioni sono giustamente preoccupate per l'aumento dei costi, ma le soluzioni devono avere un impatto minimo sul cliente finale”.



Jon Schechter,
Business Development Manager,
AutoStore, Nord America

AutoStore

02

L'importanza della sostenibilità

Ma solo se basata sul valore

CONCETTI CHIAVE

- Per il 31% degli intervistati la sostenibilità è la seconda grande priorità per il 2023.
- Il 55% dei manager si focalizza sulla sostenibilità per aumentare l'efficienza energetica.
- Le iniziative di sostenibilità hanno bisogno di un vantaggio economico valido per poter essere avviate.
- I clienti devono guardare oltre l'efficienza energetica per promuovere una vera sostenibilità.



Cosa emerge dalla ricerca:

31%

degli intervistati ha citato la sostenibilità come priorità per il 2023

Dopo il miglioramento della soddisfazione dei clienti (34%), la sostenibilità è la seconda priorità più importante, insieme agli investimenti in tecnologia e alla produttività della forza lavoro (31% ciascuno).

In condizioni finanziarie difficili, è stato sorprendente vedere la sostenibilità posizionarsi così in alto, in particolare se paragonata a preoccupazioni operative più complesse come l'agilità della supply chain (24%) e il miglioramento delle prestazioni di produttività (16%). Un approfondimento dei dati può darci qualche risposta.

Questa tendenza si riflette in altre serie di dati. Alla domanda sulle caratteristiche che vengono cercate quando si scelgono i fornitori di tecnologia AS/RS, gli intervistati hanno posizionato la sostenibilità in fondo all'elenco (13%) rispetto all'affidabilità (24%), alla semplicità d'uso (22%) e alle funzionalità relative ai dati (19%).

13%

Solo il 13% degli intervistati afferma che la sostenibilità è un attributo che cerca nei fornitori di tecnologia AS/RS

Alla domanda sulle specifiche iniziative ESG che i nostri intervistati stanno intraprendendo, il 55% ha citato l'aumento dell'efficienza energetica, di gran lunga la motivazione più diffusa. Dopo questo, al 46%, è stata citata la riduzione degli sprechi di beni danneggiati o deperibili. La terza iniziativa maggiormente diffusa è relativa al benessere dei dipendenti e la loro salute mentale (43%).

Ciò potrebbe significare due cose:

1) le aziende non considerano la tecnologia AS/RS come un fattore significativo nei loro sforzi di sostenibilità (improbabile poiché la maggior parte comprenderà l'impatto dell'intera supply chain sulle emissioni SCOPE 1, 2 e 3).

Non è un caso che tutte queste aree abbiano un impatto diretto sui profitti di un'azienda — attraverso la gestione dei costi, la riduzione degli sprechi e il miglioramento dell'esperienza dei dipendenti. Gli sforzi di ESG devono sempre più promuovere il valore per trainare le organizzazioni.

2) le aziende si concentrano sui risultati aziendali e prendono in considerazione la sostenibilità soprattutto quando contribuisce a raggiungere obiettivi più ambiziosi o una maggiore redditività. La buona notizia: il focus sull'efficienza energetica, sull'ottimizzazione dello spazio, sull'automazione e sull'affidabilità può beneficiare sia la Terra che il profitto.

Come affrontare la sfida?

In che modo le aziende possono approcciare la sostenibilità e, contemporaneamente, promuovere il valore?

1. Utilizzare la legislazione in modo positivo

Dal COP27 al G20, gli enti normativi e i governi stanno lavorando per rendere obbligatorie le informative ESG per le aziende. La direzione di marcia è chiara e prima le imprese reagiranno, meglio sarà. Queste linee guida potrebbero essere considerate restrittive, ma forniscono un piano d'azione essenziale, contribuendo a concentrare gli sforzi ESG nel prossimo futuro.

2. Costruire a lungo termine

Come emerge dall'indagine di mercato, quando le aziende considerano la sostenibilità spesso pensano più di qualsiasi altra cosa al consumo energetico e all'efficienza. Ma quando si considerano le soluzioni automatizzate di stoccaggio AS/RS (come il 92% degli intervistati dichiara di star facendo) non viene considerata la longevità delle apparecchiature in cui stanno investendo.

Spesso le alternative più economiche sono costruite con tecnologie aventi una durata di vita media di 10-15 anni, il che significa che si renderà necessario ripararle e sostituirle in un futuro non lontano. Quando si cerca un sistema automatizzato di stoccaggio, sono necessarie soluzioni su misura, progettate per durare con materiali all'avanguardia e duraturi.



Il punto di vista dell'esperto

“

La spinta alla base della sostenibilità non è mai stata così forte come oggi. Il crescente numero di sfide climatiche globali, insieme all'evoluzione degli standard normativi, ha reso obbligatorie per le aziende iniziative di sostenibilità e reporting. Questa spinta porta con sé una maggiore responsabilità: le nostre procedure vengono analizzate al microscopio. L'ecologismo di facciata, la retorica verde o le arti più oscure di silenzio ambientalista, probabilmente danneggeranno le imprese sul lungo periodo. Le grandi iniziative sono stimolanti, ma ciò che conta sono le azioni. Un errore può essere molto penalizzante.

Anche se i decision maker evidenziano il fatto che le iniziative di sostenibilità hanno priorità soprattutto quando contribuiscono al raggiungimento di obiettivi più ampi o di una maggiore redditività, è sorprendente che 1 su 3 abbia citato l'argomento come priorità per il 2023. Credo che un numero crescente di marchi concordi sul fatto che gli obiettivi aziendali e gli obiettivi di sostenibilità possono andare di pari passo. Noi di AutoStore puntiamo alla crescita e ad essere parte di una soluzione per creare un mondo sostenibile. Ciò richiede un nuovo modo di pensare e il riconoscimento della necessità di migliorare la nostra supply chain e le nostre attività. Il mio consiglio per gli altri è di chiedersi in modo pratico: “Cosa posso fare oggi per aiutare la nostra azienda e il pianeta nel lungo periodo?”



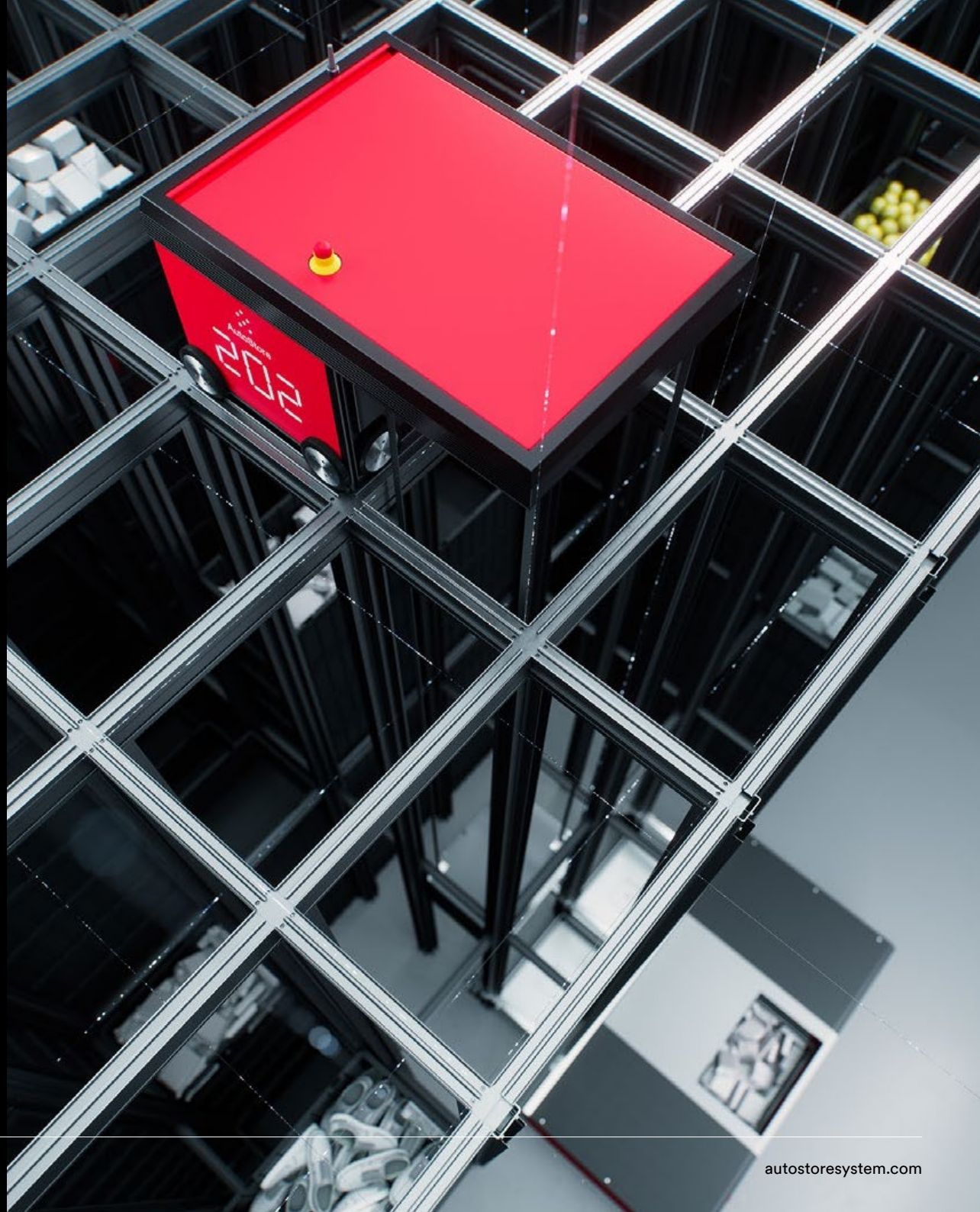
Agnethe Brown Erland,
Sustainability Manager
AutoStore

03

I sistemi AS/RS non sono più un “nice to have”

CONCETTI CHIAVE

- Solo il 2% degli intervistati non sta esaminando le soluzioni automatizzate di stoccaggio AS/RS per il proprio magazzino.
- L'adozione della tecnologia è distribuita in modo uniforme tra soluzioni più datate come il sistema di stoccaggio Shuttle (46%) e soluzioni più recenti come lo stoccaggio AMR - robot mobili autonomi (43%) e lo stoccaggio cubico (40%).
- L'automazione è ancora un vantaggio competitivo,
- ma è passata da essere un “nice to have” ad essere un “must”.
- Chi non si muove adesso dovrà agire più velocemente per tenere il passo con la concorrenza.

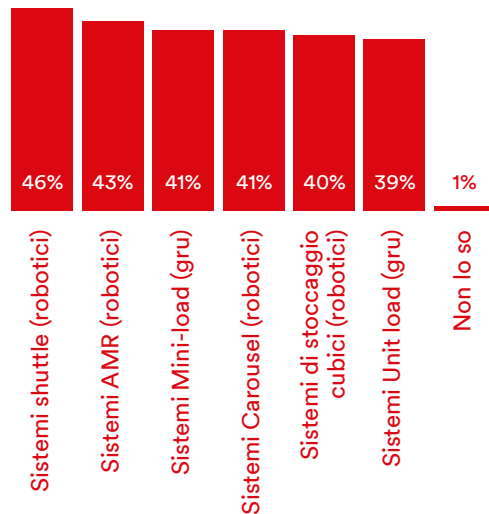


Cosa emerge dalla ricerca:

88%

degli intervistati dispone già di soluzioni di stoccaggio AS/RS o prevede di implementarle nei prossimi 12 mesi

Ripartizione del mercato per tipo di soluzione di stoccaggio AS/AR. Selezione multipla per client.



Il 32% degli intervistati dispone già di sistemi automatizzati di stoccaggio AS/RS. Ma il risultato alquanto sorprendente è che il 56% sta programmando di implementarli nei prossimi 12 mesi. Entro il 2024 dunque, potenzialmente, l'88% degli intervistati potrebbe disporre di sistemi AS/RS. Inoltre, il 10% afferma di essere alla ricerca di soluzioni tecnologiche. Il che lascia solo un 2% solamente di manager che non ha intenzione di installarne alcuna automazione di magazzino. Si tratta di una diffusione veramente eccezionale.

Mentre il numero di persone che dispone già di soluzioni automatizzate di stoccaggio AS/RS è di poco superiore ai dati della nostra precedente ricerca, il numero di persone che dichiara di installare questa soluzione tecnologica entro 12 mesi è aumentato vertiginosamente.

Ci potrebbe essere qualche caso in cui gli intervistati stiano sopravvalutando il loro investimento, considerando come soluzioni automatizzate di stoccaggio AS/RS una semplice automazione come smistatori, scanner manuali o macchine per la realizzazione di scatole. Ma i dati sono dati, e quindi consideriamoli per il loro valore nominale: le soluzioni automatizzate di stoccaggio AS/RS non sono il futuro, sono il presente. E sono una necessità per restare al passo con il resto del settore.

A questo punto c'è da chiedersi in che ambito le aziende vogliano investire. Non c'è una grande disparità tra le tecnologie a cui sono interessati — i sistemi shuttle sono i primi (46%), i sistemi di stoccaggio AMR sono secondi ma molto vicini (43%), il sistema di stoccaggio cubico offerto da AutoStore è il quinto più comune, e anch'esso ottiene il 40% dei voti.

Ciò che è un po' più sorprendente è la popolarità di tecnologie relativamente datate come gli shuttle (46%), i mini-load, e i sistemi a carosello (entrambi 41%). Rispetto a queste soluzioni si aprono scenari di investimento su soluzioni con indubbi vantaggi in termini di scalabilità e flessibilità.

Come affrontare la sfida?

Col passaggio ai sistemi automatizzati di stoccaggio AS/RS che appare essere una risposta inevitabile, quali azioni mettere in atto per farsi trovare pronti?

1. Agire subito ma in modo intelligente

La quantità di aziende che affermano che la strada da seguire è quella dei sistemi automatizzati di stoccaggio AS/RS è preponderante. È dunque cruciale organizzarsi per tempo piuttosto che in ritardo. In ogni caso, questa necessità di accelerare il cambiamento deve essere mitigata da una mentalità strategica, che permetta di scegliere una tecnologia che si possa implementare rapidamente, scalare facilmente e che duri per decenni.

2. Investire nel software

Un sistema automatizzato di stoccaggio AS/RS è solo un pezzo dell'intero "puzzle dell'efficienza" per gli operatori di magazzino. È necessario infatti disporre anche di un buon software gestionale. Se si utilizza una tecnologia vecchia e poco come base per la propria trasformazione, l'intero sistema non reggerà. L'investimento dovrà partire da lì e il resto verrà di conseguenza.

3. Un cambiamento di mentalità

Passare ad un'attività più automatizzata significa spostare il focus dall'OpEx al CapEx. Ciò richiede un maggior investimento, che spesso non è stato previsto un budget. Ma la maggior parte delle aziende spende già ingenti somme in OpEx ogni anno, per costi di manodopera e mantenimento in attività di vecchi magazzini. I focus all'interno della vostra organizzazione devono cambiare per mettere in moto le cose.



Il punto di vista dell'esperto

“

La rapida crescita dell'eCommerce ha creato un nuovo approccio tra i clienti e ha introdotto una serie di sfide logistiche completamente nuove per i fornitori.

Quando si tratta di eCommerce, i consumatori hanno spesso poca pazienza e grandi aspettative. Soprattutto per quanto riguarda la trasparenza e la precisione nella consegna del prodotto giusto al momento giusto.

Automatizzando il magazzino, i marchi possono aumentare l'efficienza in modo da poter consegnare più prodotti in tempi più rapidi. L'automazione ha altresì il vantaggio di essere estremamente efficiente dal punto di vista energetico, un valore aggiunto per i costi di gestione oltre che per la sostenibilità”.



Sarah Adenau,
Business Development Manager eCommerce,
AutoStore, DACH

04

L'utilizzo dello spazio è fondamentale in ottica di riduzione costi

CONCETTI CHIAVE

- Il 92% del mercato afferma che l'utilizzo dello spazio è "estremamente importante" o "molto importante" per la loro organizzazione.
- La maggior parte degli intervistati (57%) è attualmente al 75% o più di capacità.
- Le persone vedono i sistemi di stoccaggio automatizzato AS/RS come un sinonimo di automazione
- Visibilità e flessibilità sono aspetti chiave del magazzino e di una più ampia supply chain da ottimizzare.



Cosa emerge dalla ricerca:

Lo spazio non è la frontiera finale quando si tratta di stoccaggio. Ma è spesso il campo di battaglia in cui i professionisti del magazzino si trovano a cercare di ottenere importanti vantaggi in termini di efficienza e competitività.

49%

afferma che il risparmio di spazio di stoccaggio o l'ottimizzazione dello spazio rappresentano una priorità aziendale nei prossimi 12 mesi

43%

afferma che il risparmio di spazio di stoccaggio o l'ottimizzazione dello spazio sono di importanza critica nei prossimi 12 mesi

La nostra ricerca dimostra che il 92% del mercato sostiene che l'utilizzo dello spazio è "estremamente importante" o "molto importante" per la propria organizzazione nei prossimi 12 mesi.

Inoltre, quando i clienti guardano ai fornitori di sistemi automatizzati di stoccaggio AS/RS, le caratteristiche relative all'utilizzo o risparmio di spazio sono state votate come terzo fattore più importante (20%) da prendere in considerazione rispetto ad acquisti futuri, dietro l'affidabilità (24%) e la semplicità (22%).

Anche l'ottimizzazione dello spazio di magazzino esistente (maggiore capacità/densità) è risultata una delle 10 priorità del nostro pubblico per il 2023. E si allinea alla sfida dei costi, alla necessità che il magazzino sia più vicino ai clienti per soddisfare le loro esigenze e alla spinta verso l'efficienza.

Questo grafico suggerisce che i livelli di utilizzo dello spazio non hanno ancora raggiunto un livello critico: solo il 4% dichiara che il magazzino è utilizzato al 95-100%. Il 57% dichiara di utilizzarne attualmente oltre il 75%.

Tuttavia, il grafico potrebbe non raccontare tutto. In primo luogo, l'utilizzo può naturalmente superare il 100%. E nella nostra esperienza, spesso è così. In secondo luogo, gli operatori di magazzino a volte non sanno come misurare o comunicare il loro utilizzo fino a quando non è troppo tardi. Infine, nei casi concreti, i nostri team vedono raramente un magazzino che opera al di sotto del 75% della sua capacità.

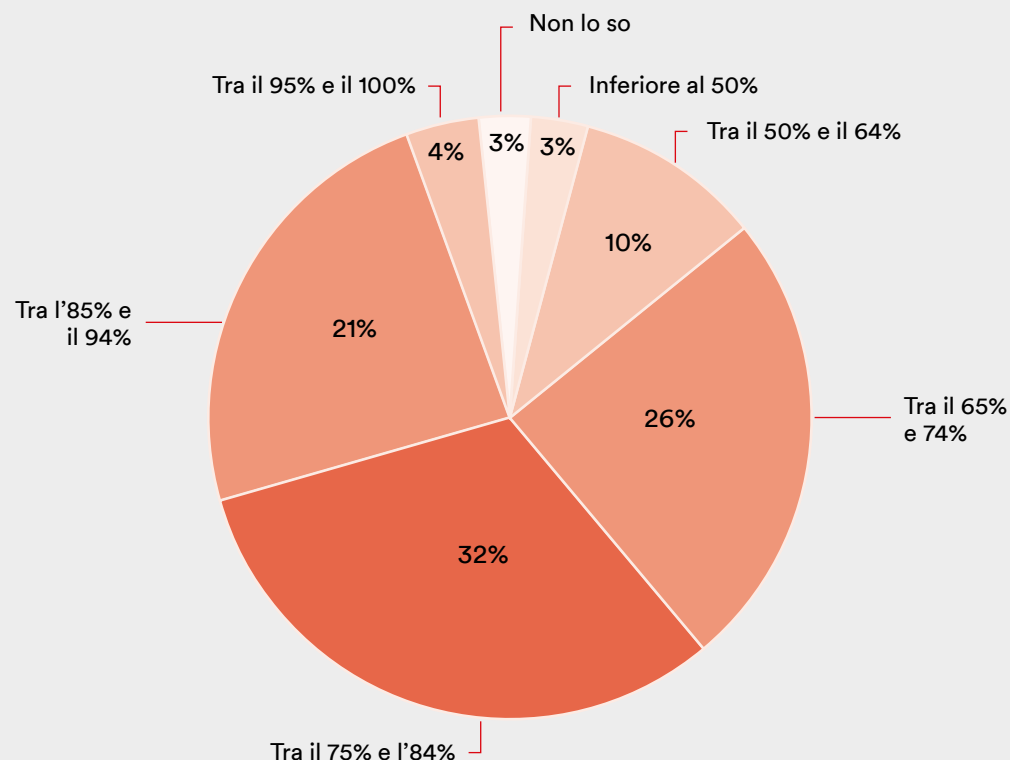
Si tratta di informazioni basate su solidi dati di gestione del magazzino, oppure si tratta di una stima da

una panoramica nel tempo? Il fatto che il 92% dica che l'utilizzo dello spazio è così cruciale per le imprese suggerisce che, nonostante un quadro apparentemente roseo, la realtà potrebbe non essere così semplice.

In ogni caso, non c'è dubbio che aumentare lo spazio a disposizione sia una guida fondamentale per le prestazioni nei prossimi 12 mesi.

Scenario di mercato - Utilizzo dello spazio di magazzino

D: Quale ritiene che sarà l'utilizzo medio dello spazio di magazzino alla fine del 2022?



Come affrontare la sfida?

Considerando che lo spazio è così importante per l'azienda, come si può ottenere il massimo dal proprio magazzino?

1. Pensare oltre il magazzino

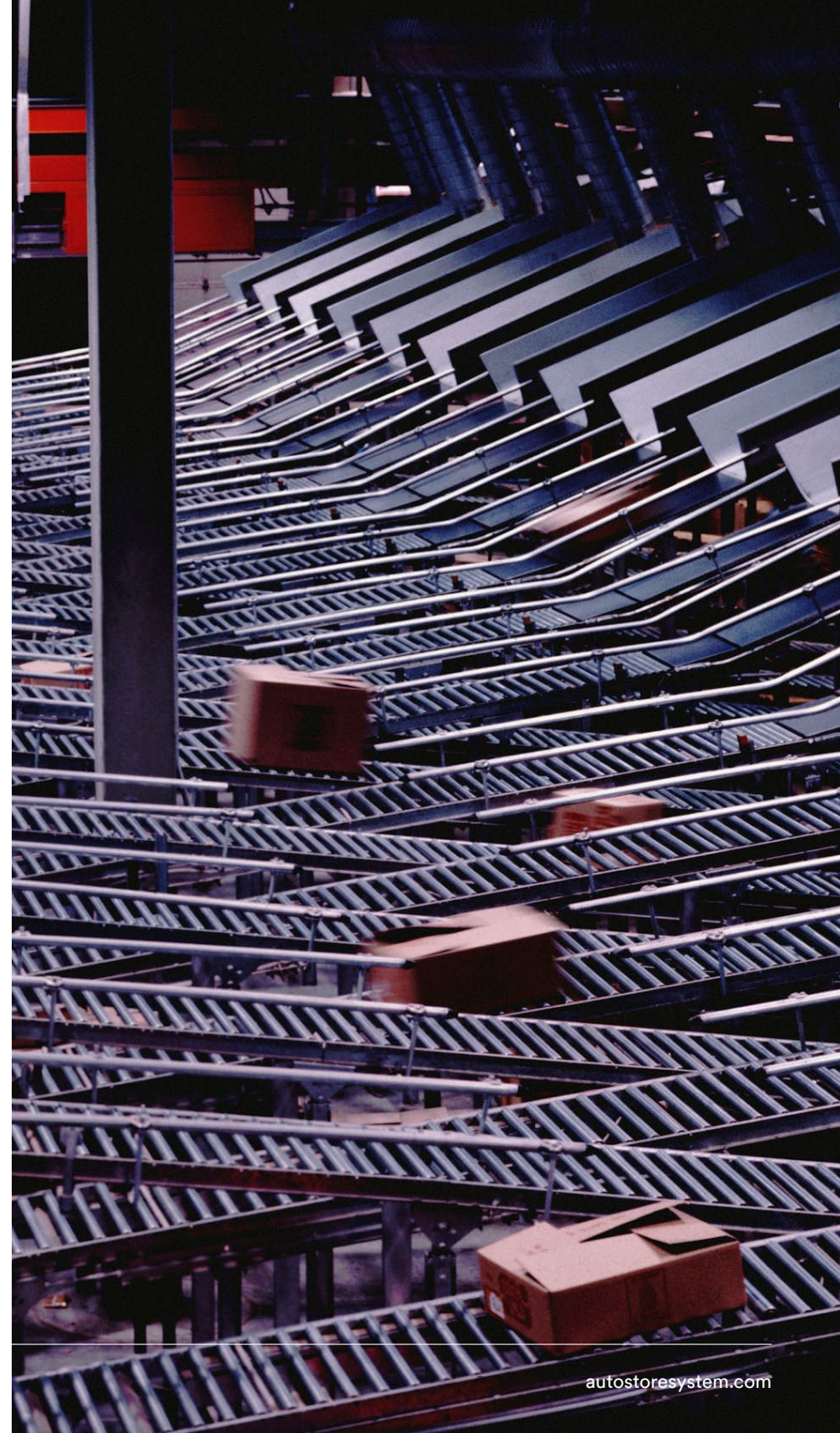
Come accennato in precedenza, alcuni operatori di magazzino non sanno come misurare o comunicare il loro utilizzo fino a quando non è troppo tardi. Per comprendere e controllare la capacità, è fondamentale disporre di dati e informazioni accurati di tutta la supply chain. Senza questo quadro più ampio, la capacità troppo spesso diventa un fattore reattivo piuttosto che proattivo.

2. Pianificazione dello scenario

Con disordini sociali, economici e ambientali sempre più regolari, gli esperti della supply chain e gli operatori di magazzino devono pianificare gli imprevisti. Mediante investimenti tecnologici e un software di pianificazione del magazzino accurato, i magazzini non riescono a pianificare ogni evenienza, ma possono controllare gli imprevisti in possibili scenari.

3. Fare di più con meno

Con l'aumento delle aspettative dei clienti e del costo dello spazio tradizionale, molte aziende si spostano verso centri abitati dove si dispone di poco spazio. Queste aree più piccole richiedono un nuovo approccio allo stoccaggio, che può essere realisticamente risolto solo con le soluzioni salvaspazio di stoccaggio automatizzato AS/RS. Non a caso gli intervistati stanno già prendendo in considerazione i sistemi automatizzati AS/RS e il risparmio di spazio è una priorità assoluta.



Il punto di vista dell'esperto

“

Negli ultimi tre anni si è registrata un'enorme esplosione e contrazione della domanda nella supply chain, come non si era mai visto prima. Per questo motivo, non sorprende vedere i professionisti preoccupati per l'utilizzo dello spazio.

Con la carenza di container e una serie di drammatici eventi globali imprevedibili, le aziende si sono spostate da una posizione di "efficienza" (fornire prodotti "just in time") ad una posizione di "disponibilità" (capacità di consegnare ordini indispensabili).

Ciò ha implicato un forte snellimento del magazzino per poter contemporaneamente fare scorta dei prodotti di cui i clienti avevano bisogno e desideravano. Con l'aumento dell'inflazione e la recessione all'ordine del giorno, il pendolo si è spostato di nuovo, e molti si sono ritrovati in mezzo tra l'essere preparati e l'essere sovraesposti a livello di scorte.

Non c'è una risposta giusta a questo problema. Ma le aziende che si trovano nella posizione migliore per affrontare le tempeste del futuro potenzialmente dirompenti, sono quelle con i dati più accurati, la migliore pianificazione degli scenari, con gli spazi meglio ottimizzati e con la maggiore flessibilità per potersi muovere in modo rapido ed efficiente in caso di cambiamento dello scenario. Le aziende si stanno già trasformando, ma la velocità è un imperativo”.



Clement Yew,
Director of Business Development
AutoStore, Sud Est asiatico



05

Le organizzazioni si concentrano sui macro-fattori

Ma i micro non dovrebbero essere ignorati

CONCETTI CHIAVE

- Solo il 10% degli intervistati ritiene che un inventario accurato sia una sfida fondamentale per il 2023.
- Solo il 17% ha citato la visibilità dell'inventario come una priorità per l'anno.
- È possibile che gli intervistati si concentrino sul quadro generale dimenticando le piccole cose
- La comunicazione tra la direzione e il reparto può contribuire a guidare il cambiamento.



Cosa emerge dalla ricerca:

10%

Solo il 10% afferma che l'accuratezza dei dati di inventario sarà una sfida fondamentale per il 2023

17%

Solo il 17% pone la visibilità dell'inventario tra le proprie 5 principali priorità

Quando si tratta di elencare delle maggiori sfide del 2023, non stupisce trovare i costi in aumento al top della classifica. Con continui rapporti ed analisi su inflazione, recessione, crisi energetiche e difficoltà per la manodopera, le aziende focalizzano la propria attenzione sui macro temi. Ma a quale costo?

Uno dei risultati interessanti della nostra ricerca è stato il livello di priorità relativamente basso di alcune delle principali sfide operative.

Guasti e rotture delle apparecchiature (12%), la gestione dei resi (11%), un inventario impreciso (10%) e un prelievo impreciso degli ordini (8%) occupano i quattro posti più bassi della classifica per gli intervistati. Solo il 17% pone la visibilità dell'inventario tra le 5 priorità principali dell'anno e il 18% si concentra su una maggiore precisione di prelievo.

Può essere che gli intervistati ritengano che queste aree generalmente funzionino bene o che ci siano questioni più importanti su cui concentrarsi. Tuttavia, a nostro avviso, questi "aspetti pratici" parlano di efficienza, affidabilità e, di conseguenza, evasione degli ordini e customer experience, fondamentali per un regolare funzionamento delle attività.

È facile mettere queste aree operative in fondo all'elenco delle cose da fare. Ma se le si ignora troppo a lungo possono diventare problemi seri. E solo quando si verificano, allora si cerca di risolverli. Quando effettuiamo visite in loco, gli operatori di magazzino sono sempre pronti a criticare qualche macchina che non possono utilizzare perché è troppo inaffidabile. Un'altra criticità è la costruzione di un'altra struttura che spesso non prevede la possibilità di riconvertire un particolare pezzo di un macchinario. Queste piccole cose contano. E anche se si risolvono i costi di energia e di manodopera, questi problemi continueranno a presentarsi.

Non è necessariamente una questione di priorità, ma questi problemi ordinari rischiano di avere un grande impatto sulla gestione di macro fattori che sono per lo più fuori dal nostro controllo, come l'aumento dei costi e la carenza di manodopera.

Come affrontare la sfida?

1. Concentrarsi sui dettagli

Nella nostra ricerca il ruolo degli intervistati va da ruoli dirigenziali a quelli più operativi e si potrebbe pensare che chi occupa ruoli strategici possa avere una visione diversa da quella di chi lavora nei reparti produttivi. Un ulteriore approfondimento dei dati, tuttavia, mostra poca differenza di opinione tra i ruoli. Potrebbe essere che la visione dei dirigenti permei l'azienda, o potrebbe essere qualcos'altro. In ogni caso, sembra che le sfide più quotidiane si posizionino in secondo piano.

2. Comunicazione aperta

Molto spesso, i responsabili strategici, i dirigenti e i leadership team possono trasmettere direttive di carattere generale, senza comprendere le esigenze più immediate degli operatori di magazzino. Garantire canali di comunicazione aperti e bi-direzionali tra tutte le posizioni dell'azienda può far sì che vengano soddisfatte sia le esigenze di business a breve termine sia quelle a lungo.



Il punto di vista dell'esperto

“

Forse non sorprende osservare un divario di percezione tra la dirigenza e la fabbrica, ci sono sfide della supply chain che al di là di tutto dovrebbero vedere ridurre il divario strategico-operativo.

Prendiamo l'automazione, ad esempio. Le aziende stanno ora lavorando a una serie molto più ampia di fattori che impattano sul ROI rispetto all'ottimizzazione FTE. Trovare cifre accurate richiederà una collaborazione orientata al dettaglio tra dirigenti e staff operativo.

Ciò significa concentrarsi sui vantaggi dati dall'accuratezza del picking, dell'inventario, dall'esperienza dei dipendenti, solo per citare alcune voci. Questi fattori non sono così facili da tradurre in numeri reali in un foglio di calcolo Excel. E per far sì che tematiche come la scalabilità - e quindi la semplificazione delle fasi di progettazione - la flessibilità, intesa come la capacità di assorbire i picchi di attività e la richiesta di una gamma di prodotti sempre più ampia arrivino fino ai dirigenti, diventa fondamentale la necessità di linee di comunicazione più chiare tra dirigenza e staff operativo”.



Laurent Cochet,
Business Development Director,
AutoStore, Europa meridionale



Conclusione

Le statistiche ci dicono che le aziende hanno una visione chiara delle sfide da affrontare, delle aree di interesse e una comprensione chiara della tecnologia che può aiutarle a raggiungere i loro obiettivi.

Troppo spesso è l'inerzia che deriva dal cercare di affrontare tutte queste sfide monumentali insieme che può ostacolare il progresso e l'innovazione. Dalla nostra ricerca, tuttavia, emergono alcune aree che richiedono maggiore attenzione di altre.

Gli investimenti in automazione e tecnologia non sono più un "nice to have" ma una vera necessità se si vuole competere nel 2023 e oltre. Per chi non lo ha già fatto, il messaggio è quello di agire ora se non si vuole rimanere indietro velocemente.

I cambiamenti nella comunicazione sulla sostenibilità e nelle richieste dei consumatori costringeranno tutte le aziende a migliorare le loro prestazioni ESG in generale. Se non si dispone ora di meccanismi o iniziative efficaci (politiche tangibili e non ecologia di facciata), allora il 2023 è l'anno che serve per mettere in ordine la propria azienda.

Le aspettative dei consumatori sono al massimo storico e non accennano a calare. Loro non si preoccupano dei costi energetici e di manodopera

delle aziende ma vogliono consegnati i loro prodotti in modo semplice e rapido. Le esigenze del cliente sono la lente attraverso la quale si deve prendere tutte le vostre decisioni di magazzino.

Con i margini di profitto sempre più risicati, la capacità di fare di più con meno è la soluzione vincente per traguardare il 2023 con successo. L'ottimizzazione dello spazio guidata da un sistema di stoccaggio automatizzato AS/RS non è certo l'unico modo per diventare più efficienti. Ma in molte aree come manodopera, energia, customer experience, affidabilità, visibilità e altro diventa un fattore così decisivo che è difficile ignorarlo.

Sei pronto ad affrontare le sfide?

Contattaci →

