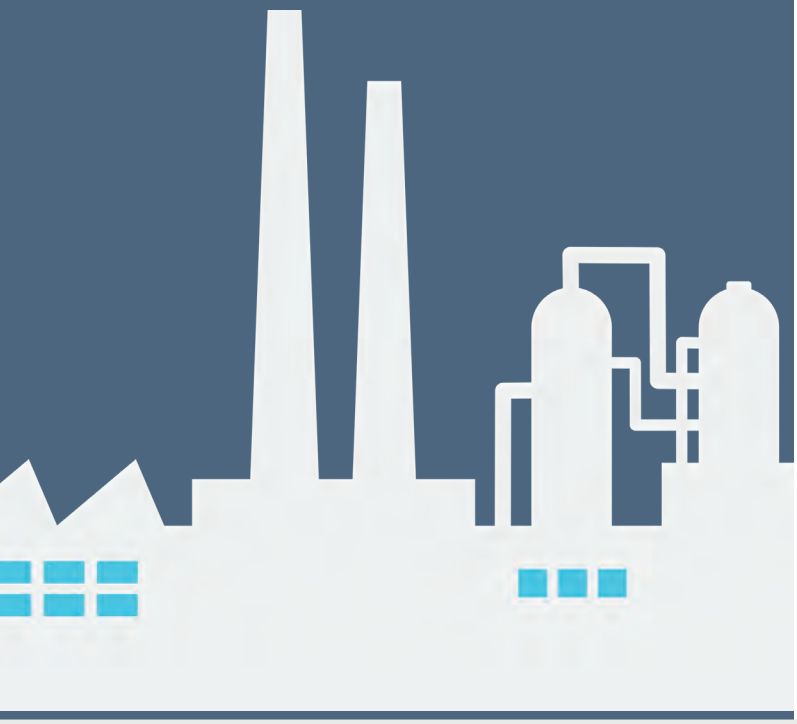
L'Information Management e l'Industria 4.0

La sfida del settore manifatturiero
alla ricerca di un equilibrio
fra riduzione dei costi e miglioramento
della gestione aziendale

come and see

Canon

Come sta cambiando il settore manifatturiero per soddisfare le esigenze del cliente?



Il comparto manifatturiero è costretto a ripensare e a rivedere il proprio modello di business e, di conseguenza, anche i propri processi industriali in funzione dei mutamenti tecnologici, economici e sociologici in atto.

La globalizzazione, il ciclo di vita dei prodotti sempre più ridotto, la personalizzazione di massa e la tecnologia sempre più "smart" sono l'espressione di questi mutamenti e rappresentano alcuni degli elementi costitutivi della "quarta rivoluzione industriale".

In che modo questi cambiamenti influenzeranno il settore manifatturiero e con quale risultato?

Indice pag

Il "market of one" 4

La Product Information Strategy 6

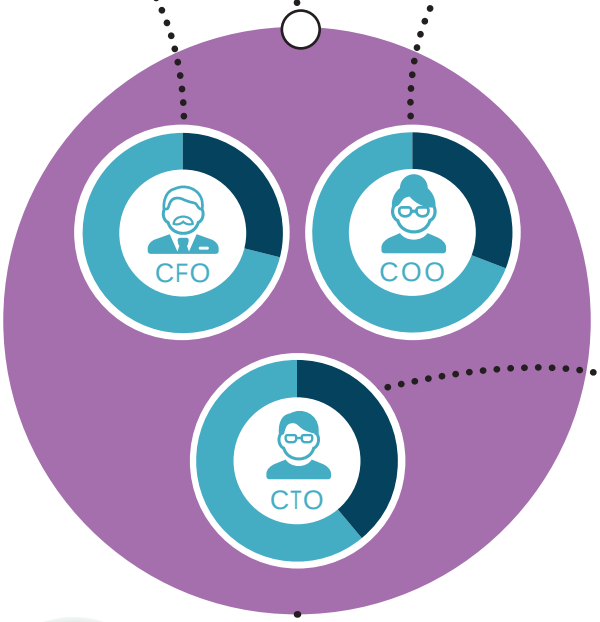
Produzione "più intelligente" 8

Le fasi del cambiamento 10

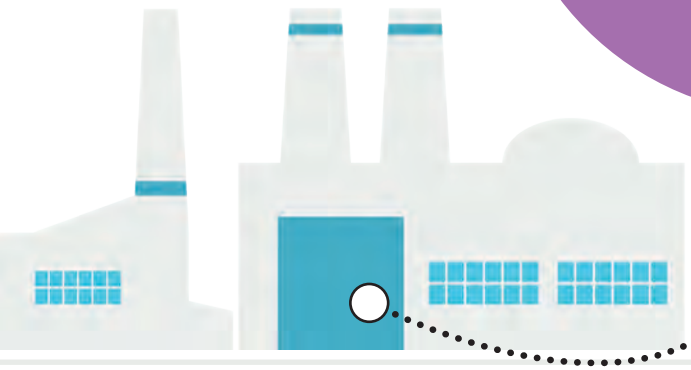
Il settore manifatturiero svolge un ruolo fondamentale ai fini di questa rivoluzione. Abbiamo chiesto alle 200 figure aziendali di rilievo che hanno partecipato al sondaggio quali fossero, a loro parere, i fattori principali in grado di contribuire al successo complessivo della loro organizzazione*.

Il 29% è rappresentato da CFO, che gestiscono i costi e hanno una visione d'insieme della performance aziendale

Il 31% è rappresentato da COO, responsabili dei processi e del miglioramento continuo dell'azienda



Il 39% è rappresentato da CTO, che danno impulso all'innovazione e gestiscono l'investimento IT



* sondaggio condotto da Coleman Parkes per conto di Canon Europe

CFO
Chief Financial Officer

COO
Chief Operating Officer

CTO
Chief Technology Officer

Il “market of one”

Il comportamento dei clienti sta cambiando drasticamente: i singoli individui prendono decisioni più rapide e si aspettano una scelta più ampia, una miglior velocità del servizio e un miglior rapporto qualità/prezzo.

Non stupisce, quindi, che i produttori intervistati abbiano citato la personalizzazione (74%) e l’agilità (76%) come le tendenze più significative che influenzano le rispettive imprese. Il settore trainante è sicuramente costituito dai beni di consumo; questo atteggiamento, tuttavia, è percepibile in misura maggiore anche nel settore B2B, nel quale, sempre più frequentemente, si assiste alla richiesta di prodotti B2B personalizzati in piccoli quantitativi oppure una tantum.

Personalizzazione:
Il cosiddetto “market of one”, il mercato di un solo consumatore, sta ormai diventando una realtà: ai clienti, infatti, viene data la possibilità di personalizzare completamente i prodotti, dalle automobili alle scarpe da corsa. Secondo il 40% degli intervistati partecipanti all’indagine, il fatto che la personalizzazione stia diventando la norma nel settore manifatturiero costituisce un trend estremamente importante. La gestione delle informazioni sui prodotti, quindi, deve essere caratterizzata da un’analoga flessibilità; il cliente che ordina una familiare rossa con il cambio automatico non vuole ricevere un manuale di istruzioni con immagini di una berlina blu; la documentazione deve essere creata in funzione del prodotto che descrive.

Cicli di vita dei prodotti più brevi:
L’agilità aziendale non è mai stata così importante per le aziende manifatturiere; il 76% degli intervistati, ritiene questo aspetto molto importante ai fini del successo complessivo dell’azienda. Uno smartphone può avere una vita utile di appena sei mesi; le firme della moda e le catene di negozi di abbigliamento cambiano collezione più volte durante l’anno. Tutto questo esercita un’enorme pressione sulle case produttrici, che devono fare in modo che i nuovi prodotti vengano messi a punto, testati e spediti il più rapidamente possibile, senza ritardi o colli di bottiglia, senza difficoltà di approvvigionamento e con livelli minimi di scorte a magazzino.

5 fattori chiave per il successo

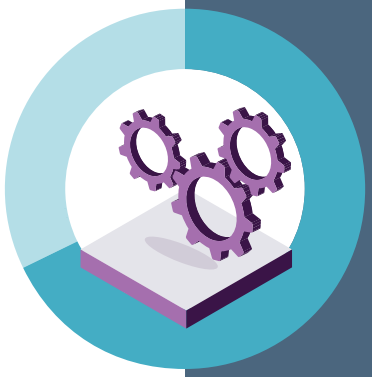
I dirigenti del comparto manifatturiero sostengono che i tre fattori più significativi per avere successo in un mondo in continua evoluzione sono: gestione dei costi, innovazione e produttività. Non stupisce, quindi, che la produzione "intelligente" sia in cima alle priorità dell'85% degli intervistati; è proprio la combinazione di creatività umana, tecnologia e automazione industriale a garantire una maggiore flessibilità del processo di progettazione e produzione.

Le imprese manifatturiere vogliono (e devono) operare in modo più economico, rapido ed efficiente. Tutto questo richiede un miglioramento dei processi industriali. Tuttavia, oltre a concentrarsi sulle funzioni "core" come progettazione, produzione, vendite e supporto, le aziende devono anche prendere in considerazione ambiti più "periferici" come le informazioni e la documentazione di prodotto.

76%
Efficace gestione dei costi

72%
Produttività

72%
Innovazione.



70%
Eccellenza operativa

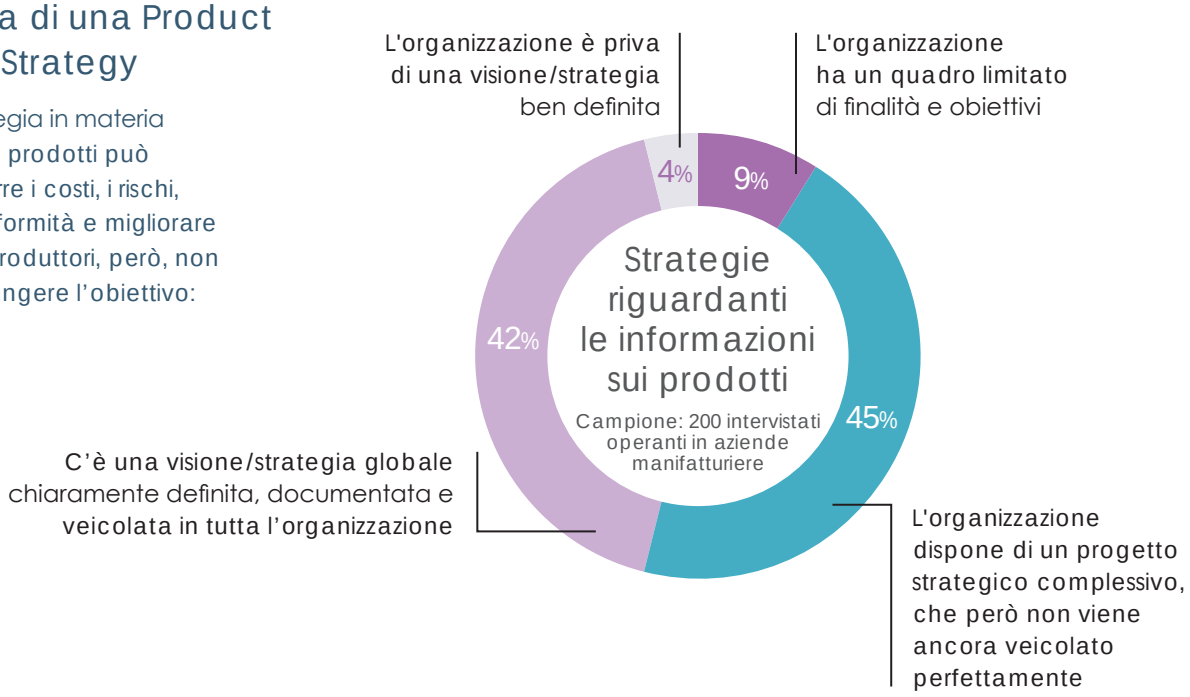
64%
Gestione del capitale umano

L'impatto di una strategia relativa al Product Information Management sulla redditività del business

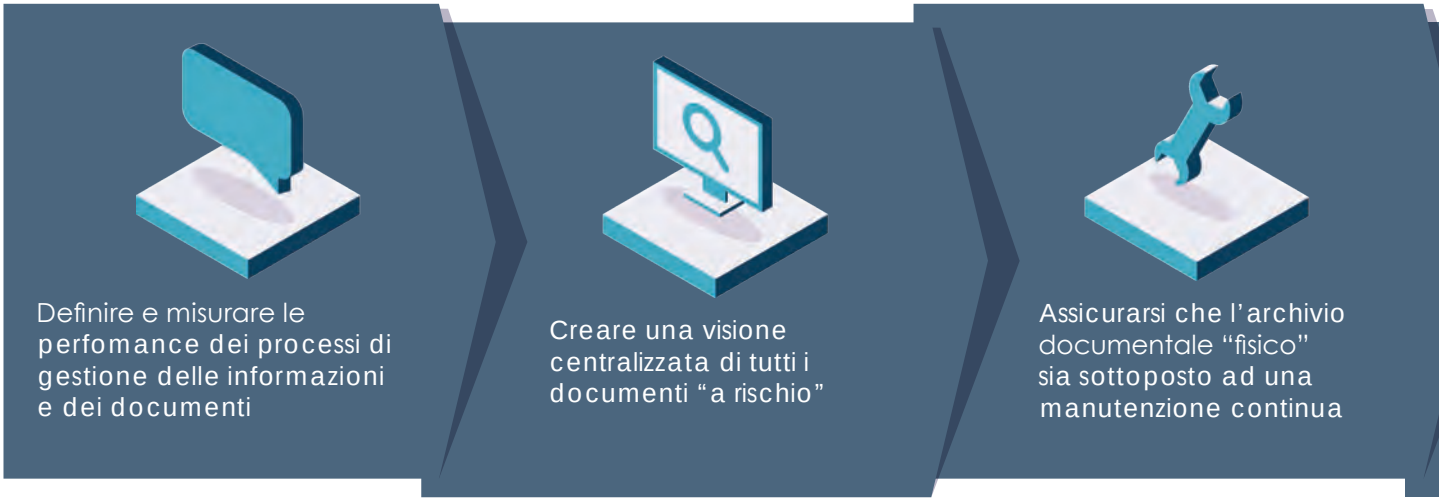
Solo il 42% dei produttori intervistati ritiene che la propria organizzazione abbia adottato una strategia sulla gestione delle informazioni di prodotto a 360 gradi; le conseguenze di questo dato possono essere di notevole importanza. Perché, allora, la possibilità di disporre di un adeguato processo dovrebbe essere un fattore trainante per il successo delle imprese manifatturiere?

L'importanza di una Product Information Strategy

Un'efficace strategia in materia di informazioni sui prodotti può contribuire a ridurre i costi, i rischi, assicurare la conformità e migliorare la qualità. Molti produttori, però, non riescono a raggiungere l'obiettivo:



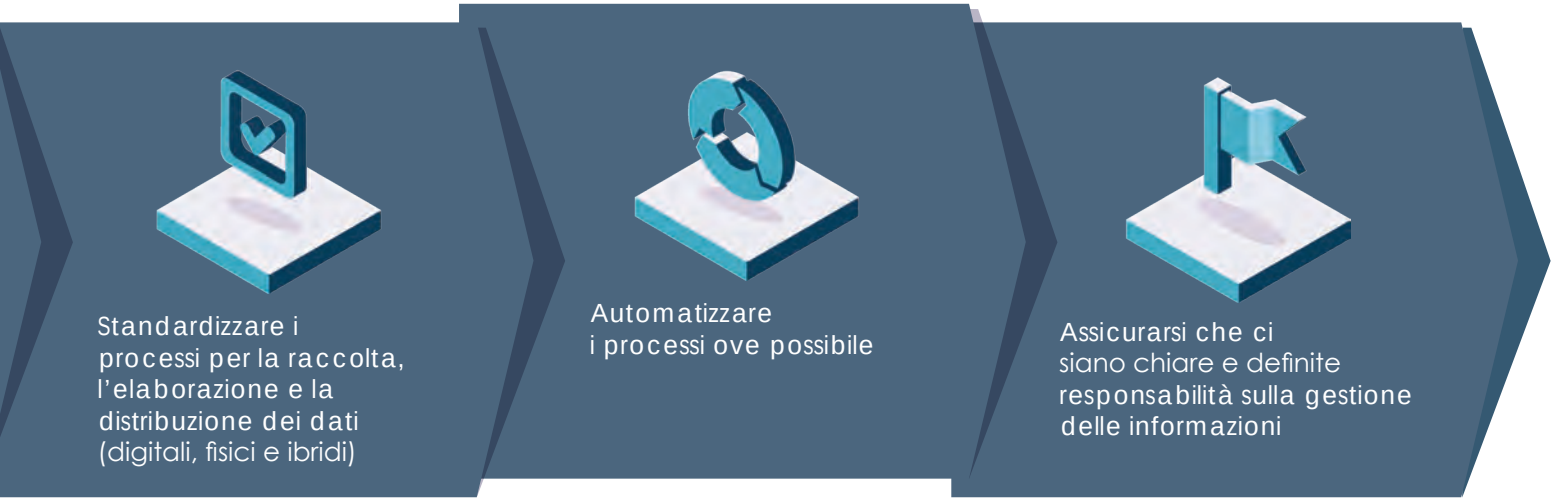
6 componenti chiave per sviluppare una strategia sulla gestione delle informazioni di prodotto.



TERMINOLOGIA CHIAVE

Il Product Information Management
La strategia riguardante la documentazione tecnica, consiste nella gestione efficiente di tutte le informazioni e dei documenti correlati ai prodotti destinati a informare le persone che utilizzano il prodotto finito: utenti, tecnici dell'assistenza, addetti alle vendite ecc.
Tali informazioni, sia in formato elettronico che cartaceo, vanno dai disegni tecnici e dalla documentazione sulla produzione, ai manuali di istruzioni e ai materiali video per la formazione.
I processi verticali coinvolti vanno dal controllo di qualità, alla gestione in-house della documentazione tecnica fino ad arrivare al materiale relativo alla formazione interna.

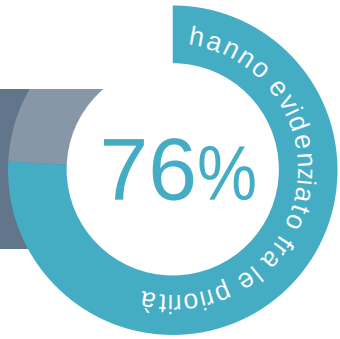
Immaginiamo che una casa produttrice di apparecchi di precisione stia per lanciare un nuovo prodotto che le permetterà di avere un vantaggio competitivo per alcuni anni. I processi di progettazione, produzione e vendita sono stati semplificati e perfezionati, cosa che invece non è avvenuta per quel che riguarda la gestione delle informazioni sul prodotto. Il prodotto è pronto per la spedizione, mentre i manuali di istruzioni non lo sono. Senza i manuali, le autorità competenti non permettono l'utilizzo del prodotto, quindi la casa produttrice perderà mesi preziosi di vantaggio competitivo. Il 79% di tutti gli intervistati attribuisce grande importanza alla rapidità del processo decisionale, mentre l'81% ritiene che l'attenzione alla legal compliance costituisca un importante ambito di responsabilità al fine di raggiungere l'eccellenza operativa; non è difficile, quindi, comprendere quanto sia necessario avere sempre a portata di mano, le informazioni giuste durante il processo di produzione.



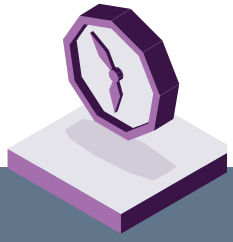
Produzione “più intelligente”

La produzione “più intelligente” richiede, a quanto pare, anche una gestione delle informazioni “più smart”. Abbiamo intervistato 200 decision maker del settore manifatturiero, per scoprire quali vantaggi si possono trarre da informazioni “intelligenti”.

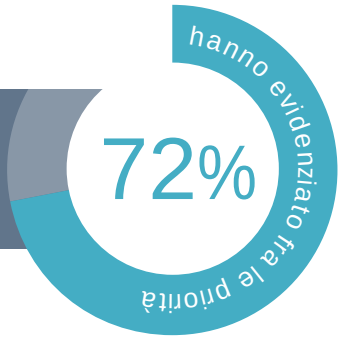
1. Gestione dei costi



Non ha molto senso accumulare voluminosi manuali di istruzioni in un magazzino mesi prima che si rendano necessari oppure spedire un prodotto personalizzato insieme a istruzioni relative a funzionalità che l'acquirente non ha selezionato. Applicare tecniche come il "just-in-time" per produrre il materiale informativo può permettere risparmi sui costi di carta, stampa, traduzione, conservazione in magazzino e spedizione. In base alla nostra esperienza, la gestione delle informazioni e dei documenti può assorbire fino al 15% dei costi complessivi di un'azienda; quindi, massimizzare efficienza e valore in questo ambito riveste un'importanza cruciale.

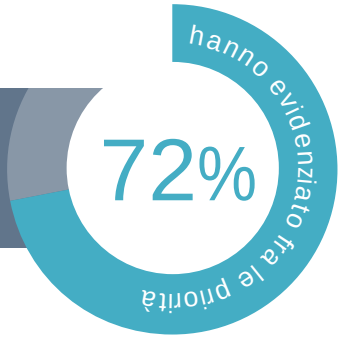


2. Maggiore produttività



I quesiti rivolti ai manager possono ridursi di più del 90%, quando la documentazione destinata all’assistenza tecnica è creata ad hoc e costantemente aggiornata, il che significa che le attività vengono portate a termine in maniera più rapida ed efficiente. E se i materiali per la formazione riguardanti un nuovo prodotto vengono resi disponibili in anticipo (in forma scritta oppure in formati innovativi quali ad esempio la realtà virtuale o mista), il personale di vendita può essere adeguatamente formato e i tecnici dell’assistenza possono essere pronti per effettuare riparazioni fin dal primo giorno; tutto questo significa massimizzare il vantaggio competitivo dell’azienda.

3. Abilitare l’innovazione



Spesso, i veri esperti di un prodotto non sono i progettisti, bensì gli utenti finali e i tecnici dell'assistenza che lo utilizzano giorno dopo giorno. I feedback generati da quest’ultimi possono essere raccolti e possono essere messi a disposizione del team di progettazione per lo sviluppo e la realizzazione delle prossime generazioni di prodotti.

“Applicare tecniche come il “just-in-time” per produrre il materiale informativo, può permettere risparmi sui costi di carta, stampa, traduzione, stock e spedizione. In base alla nostra esperienza, la gestione delle informazioni e dei documenti può assorbire fino al 15% dei costi complessivi di un’azienda. Quindi, massimizzare efficienza e valore in questo ambito, riveste un’importanza cruciale.”

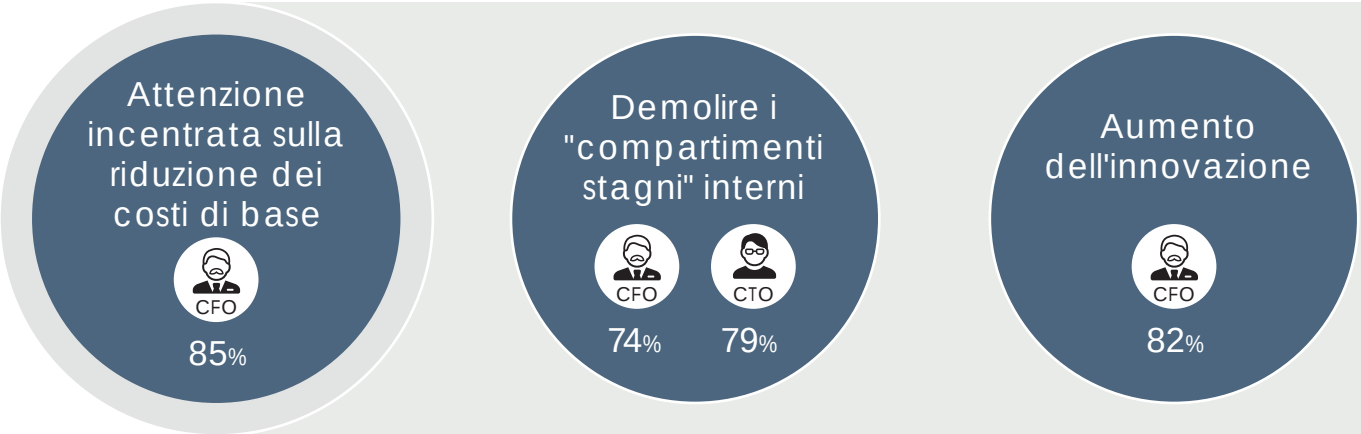
Prima che sia possibile usufruire completamente di questi vantaggi, è necessario che le aziende manifatturiere migliorino la comunicazione al loro interno. Le organizzazioni spesso adottano una mentalità a “compartimenti stagni” per cui, ad esempio, le informazioni provenienti dai progettisti del prodotto non vengono condivise con il dovuto anticipo con le divisioni sales, assistenza e documentazione tecnica.
In base ai dati della nostra ricerca, la collaborazione fra progettisti di prodotto e responsabili della documentazione tecnica, è ancora ben lungi dall’essere integrata nelle prassi lavorative abituali, né tantomeno risulta agevolata da strumenti e processi efficienti e all’avanguardia.

All'interno delle imprese manifatturiere, l'85% dei CFO ritiene che il cambiamento deriverà dal risparmio sui costi, mentre l'89% dei CFO collega il cambiamento all'attenzione prestata alla legal compliance. Ciò dimostra che il mancato rispetto dei processi che garantiscono la conformità può incidere molto pesantemente sulla redditività delle imprese.

Le fasi del cambiamento

L'Information Management sta influenzando profondamente l'evoluzione dell'Industria 4.0, in quanto permette alle aziende di proporre nuovi servizi, spingersi verso nuove aree di business e aumentare la redditività. La trasformazione digitale ha l'obiettivo di semplificare i processi attraverso la creazione di soluzioni in grado di ridurre le complessità sia per gli utenti finali sia per le aziende produttrici.

Chi è responsabile della realizzazione di queste fasi all'interno delle aziende manifatturiere? Questi i risultati del nostro sondaggio per ciascuna delle diverse fasi.



Fase 01

L'attenzione, rivolta a colmare il divario esistente fra innovazione ed esigenze di produzione, deve essere aumentata in tutte le imprese del comparto manifatturiero d'Europa, tenuto conto del fatto che la concorrenza proveniente da altre regioni del mondo continua ad essere spietata.

Fase 02

Le strategie riguardanti la gestione delle informazione dei prodotti sono già ampiamente diffuse, ma troppo spesso l'attenzione si focalizza sulla riduzione dei costi anziché sulla promozione dell'innovazione; sfruttare le informazioni di prodotto, per soddisfare le esigenze dei clienti, è fondamentale per garantire il successo del business.

Fase 03

L'utilizzo di informazioni digitali è essenziale per sviluppare nuovi prodotti in grado di soddisfare le esigenze stringenti e in costante evoluzione dei clienti. Esiste una generale consapevolezza in merito al fatto che si debba fare di più in questo ambito e, molti concordano sul fatto che la rapidità della risposta rivesta un'importanza fondamentale.

Fase 04

L'approccio a "compartimenti stagni", con scarso coordinamento fra le divisioni progettazione, produzione, vendite, assistenza e altri reparti, è obsoleto e deve assolutamente cambiare.

Investire nella tecnologia appropriata

COO

77%

Velocizzare il processo decisionale

CFO CTO COO

76% 79% 79%

Attenzione incentrata sulla conformità

CFO

89%

Edizione Italiana
©Canon Europa N.V. 2016

Canon Italia S.p.A.
SP 11 Strada Padana Superiore, 2/b
20063 Cernusco sul Naviglio (MI) Italia

canon.it