



## SUPPLY CHAIN

# La Home Delivery come base di differenziazione nella logistica distributiva

**O**gni impresa ha a disposizione un'ampia gamma di opportunità per differenziarsi dai concorrenti ed offrire valore aggiunto. Per competere sul mercato l'impresa dovrà quindi decidere quali fra

le possibilità di differenziazione possano meglio consentirle di distinguersi e a quali fra queste gli acquirenti assegnino (percepiscano) un valore più alto.

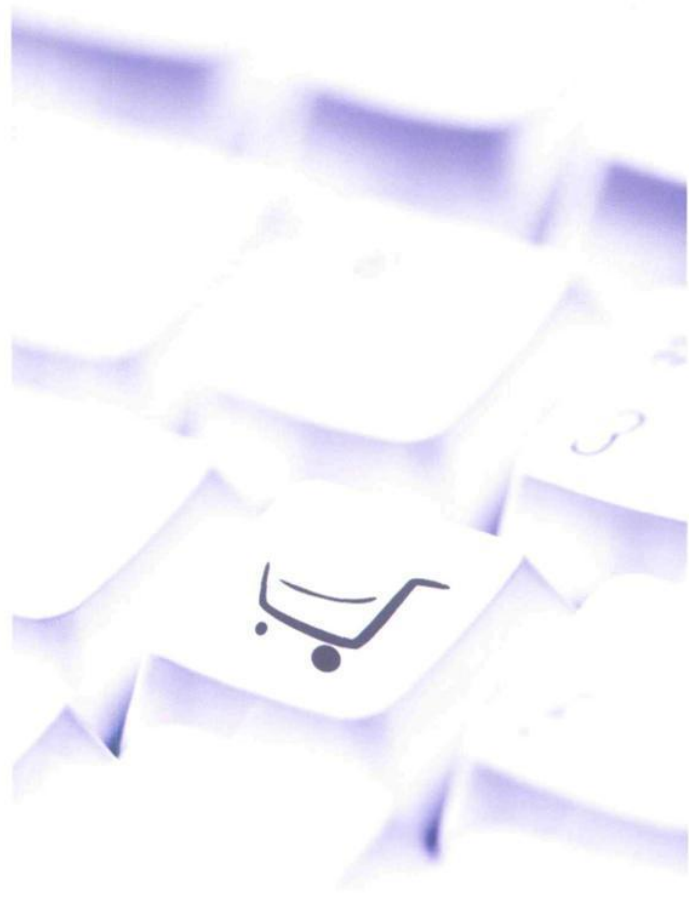
Differenziare è un ottimo modo per trasformare le basi della competizione all'interno di un settore, migliorando così la propria posizione competitiva e riducendo la vulnerabilità rispetto ai concorrenti che hanno costi inferiori. Per attuare un'azione che sia coerente (con il proprio business, i propri valori e la propria storia), è necessario mettere in campo un pacchetto di interventi complementari.

Nella logistica distributiva il "last mile", ovvero la distribuzione dell'ultimo miglio, dal magazzino o transit point fino al cliente finale, dispone di una grande potenzialità di espansione.

Differenziare con focus sull'ultimo miglio vuol dire investire sulla Customer Satisfaction relativa alla consegna e sulla riduzione dei costi, altrimenti detta "Home Delivery".

Il modello di Home Delivery (HD) vuole integrare attori, flussi informativi, esigenze per la gestione a 360° della consegna del

Un approccio che, partendo dall'ordine, migliora la Customer Satisfaction relativa alla consegna del prodotto nelle case, risolvendo problemi tipici dei retailer



di **WALTER GARIZIO**  
 Manager  
 @logistics Reply



## I processi del modello coinvolgono tutta la Supply Chain Execution e vengono gestiti in maniera computerizzata, attraverso diversi strumenti

prodotto nelle case degli acquirenti: partendo dall'ordine effettuato dal Cliente, al trasporto, fino alla consegna. Questo modello coinvolge il trasportatore, che assume in questo caso il ruolo anche di tecnico installatore, nell'intero processo distributivo, lasciando la gestione della relazione al venditore. Tutto questo per offrire al Cliente l'opportunità di beneficiare di un servizio più completo, integrato, tenendo presente anche i vincoli aziendali del retailer.

Se si prendono in esame le esigenze del Cliente, il modello di HD andrebbe a risolvere situazioni ricorrenti legate alla consegna dell'ultimo miglio come: lunghe attese, ritardi, scarsità di informazioni riguardo l'organizzazione e lo stato della consegna, mancata installazione contestualmente alla consegna (ad esempio, nel caso di elettrodomestici), difficoltà a concordare una data per la consegna che soddisfi sia il distributore che il Cliente. Dal punto di vista del retailer, invece, questo modello andrebbe a colmare alcune lacune informative e di procedura: il monitoraggio dei costi di trasporto, in particolare nel caso di una riconsegna, l'allocazione delle risorse per tempo nel caso di consegne last minute, la comunicazione in tempo reale con il destinatario della merce nel caso di variazioni nelle tempistiche e modalità di consegna.

Tutto questo alla luce di una domanda che non è costante e, nella maggior parte dei casi, prevedibile con precisione.

Il modello di HD si compone di strumenti per incrementare il livello di servizio (allocazione del tempo, informazioni in tempo reale, flessibilità dell'offerta, raccolta ordini, affidabilità) attraverso un'ottimizzazione dei costi (tipo di tragitto, mezzi, routing, skills, riprenotazione) che invece, normalmente, tendono ad alzarsi in presenza di differenziazione. I processi del modello di HD coin-

volgono tutta la Supply Chain Execution e, nello specifico, riguardano la gestione dell'appuntamento con il destinatario della merce, la tracciabilità della consegna e la sua pianificazione (piano di carico, routing, borderò, ...), il prelievo da magazzino centrale, transit point o transit point con scorta, a seconda dei casi. Il modello prevede inoltre l'aggiornamento dei vari attori coinvolti nel processo distributivo, attraverso l'utilizzo dei sistemi informativi aziendali (ERP), la realizzazione di simulazioni per la gestione dei costi e l'aumento degli SLA (Service Level Agreements), che definiscono le metriche di servizio che devono essere rispettate dal fornitore.

Il processo di HD viene gestito in maniera computerizzata, attraverso l'utilizzo di diversi strumenti che interagiscono fra loro: il Call Center, il sistema di Proof of Delivery (PoD), il Transportation Management System (TMS) ed il Warehouse Management System (WMS). Il Call Center parla con il cliente finale e si fa carico di concordare l'appuntamento per la consegna o di gestire criticità improvvise con il corriere tecnico. Il Sistema di Proof of Delivery è la soluzione che si occupa di tracciare la consegna, certificandone l'esito finale.

Il Transportation Management è necessario per la pianificazione dei percorsi ottimali nel rispetto dei vincoli stabiliti con l'ottimizzazione del piano di carico dato il parco automezzi a disposizione. Il Warehouse Management, infine, soluzione verticale di magazzino utilizzata per la gestione del prelievo; al WMS vengono affidati il magazzino centrale, il

cross docking, i transit point con stock ed il magazzino del punto vendita. L'architettura SOA (Service-Oriented Architecture), che agevola l'interazione tra le diverse realtà aziendali, è l'ideale nel caso si voglia implementare un modello di HD. Questo tipo di architettura è particolarmente adatta per le aziende che presentano una discreta complessità di processi e applicazioni, e permette alle attività di business di sviluppare processi in maniera separata sia in termini di competenze, sia in termini di step di implementazione.

In questo modo un'azienda può, ad esempio, partire con l'inserimento del WMS, in seguito passare al TMS, sino alla totale copertura del processo di HD.

Un esempio di applicazione di questo approccio innovativo è quello realizzato da @logistics Reply, l'azienda del Gruppo Reply specializzata nella progettazione e nello sviluppo di prodotti integrati per la Supply Execution, che ha già sperimentato l'integrazione dei moduli del modello di Home Delivery attraverso l'utilizzo dell'architettura SOA. L'azienda propone una piattaforma web based su database unico (Oracle) su i più diffusi sistemi operativi, integrando da un lato WMS, TMS, PoD e Call Center, e dall'altro ERP e Applicazioni di Business Intelligence, attraverso l'Universal Link. Vista la crescente attenzione alle evoluzioni, in termini di aspettative, del Cliente è prevedibile che, nel prossimo futuro, il modello di HD, attraverso una crescita della sua diffusione, sarà lo strumento principale nella "capacità di differenziarsi".