

Le Sfide del Magazzino Omnichannel

WEBINAR

GIOVANNI DE NARDO

September 22nd 2022



Siamo Manhattan Associates

Creiamo Soluzioni per Supply Chain,
Inventory e Omnichannel



OLTRE
1200
CLIENTI



32 ANNI
FOUNDAZIONE: 1990 NASDAQ: MANH



794 GO-LIVES
nel 2021



\$765M
Di investimenti in R&D dal 2009
\$98M IN 2021



3,580+
COLLABORATOR



SENZA DEBITI
DA 32 ANNI CONSECUTIVI



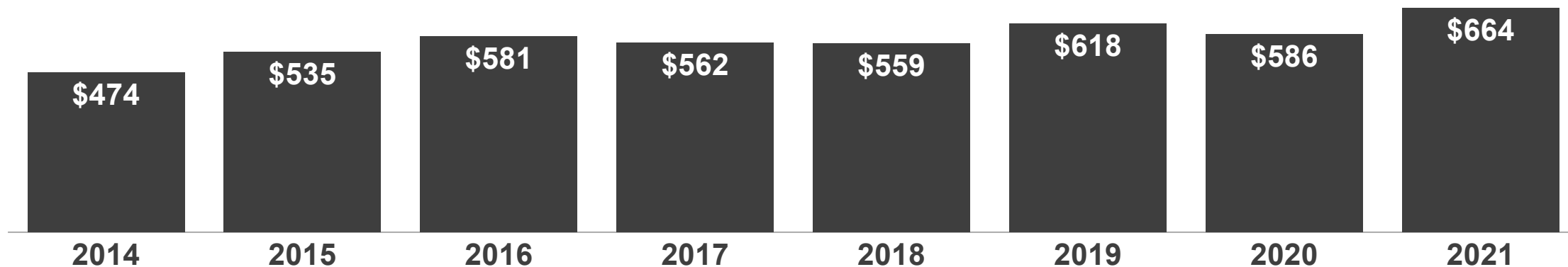


PER IL 90% I DIPENDENTI
sono focalizzati sulla fornitura di valore al cliente



Evoluzione della nostra Base Finanziaria

Ricavi totali, 2014-2021*

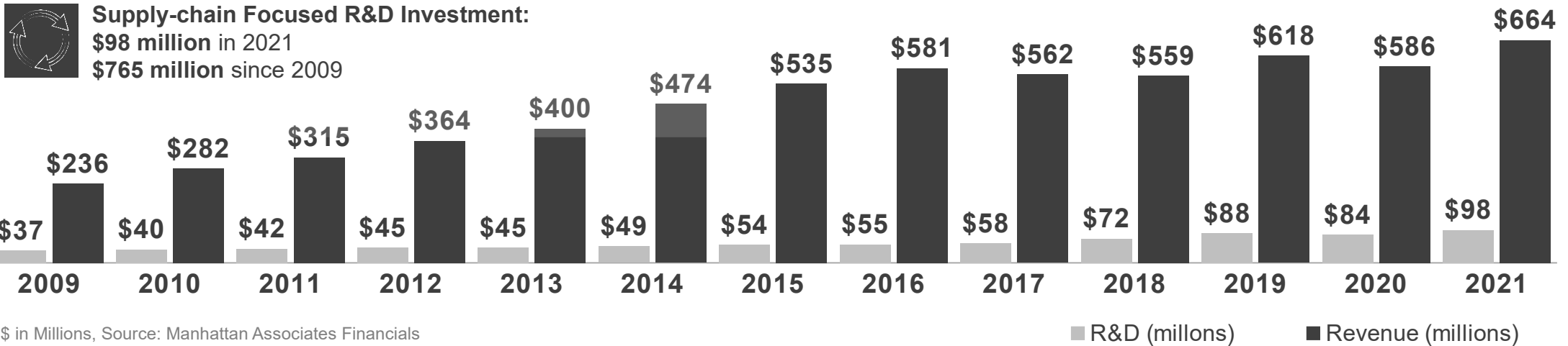


*USD, as of December 31, 2021



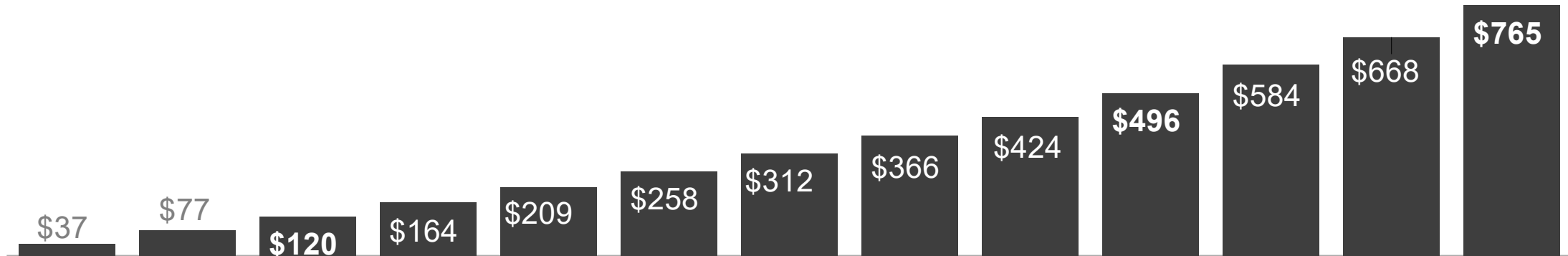
Evoluzione della nostra Base Finanziaria

Investimenti in R&D nel periodo 2009-2021



Investimenti in R&D dal 2009

Investimenti cumulativi in R&D nel periodo 2009-2021



\$ in Millions, Source: Manhattan Associates Financials



Alcuni dei nostri Primati e Riconoscimenti

WMS



OMS



TMS



Manhattan Associates in Italia



UFFICIO

Manhattan Associates è presente in Italia dal 2018 e ha un ufficio a Milano da Gennaio 2020

SPACES VETRA - MILANO

SQUADRA LOCALE

Il team italiano è composto da oltre 20 risorse che lavorano nelle organizzazioni PSO/CSO con diversi livelli di seniority e conoscenza sul portafoglio prodotti Manhattan.



Le sfide del Magazzino Omnichannel

Cenni storici

- › Omnichannel significa fornire prodotti e servizi al cliente:
 - **Quando** vuole
 - **Dove** vuole
 - **Come** li vuole
- › Questo modello di business ha subito nell'ultimo decennio una crescita maggiore rispetto all'intero secolo precedente
- › L'e-commerce continua a crescere da tre a quattro volte il tasso del commercio tradizionale
- › Questo sta determinando un veloce aumento degli ordini più piccoli e diretti al consumatore
- › Storicamente, i flussi di magazzino erano progettati per l'adempimento a canale singolo, generalmente costituito da spedizioni di grandi volumi



Le sfide del Magazzino Omnichannel

La Risposta del Mercato

- › I moderni centri di distribuzione devono gestire grandi ordini B2B e piccoli ordini B2C contemporaneamente
- › Approccio Tradizionale per l'evasione degli ordini si basa sul concetto di "Onde"
- › Al fine di gestire piccoli ordini si è tentato di pianificare onde più piccole e più frequenti
- › Questo approccio ha ridotto il Lead Time di evasione B2C a scapito dell'efficienza sugli ordini B2B
- › In risposta a ciò, molte organizzazioni hanno creato strutture completamente indipendenti per gestire gli ordini B2C rispetto agli ordini B2B
- › Questo si è tradotto in duplicazione di attività e risorse, richiedendo investimenti di capitale significativi
- › **Manhattan Associates** invece, ha scelto un approccio differente e nuovo specificamente studiato per rispondere a un modello di business nuovo



Le sfide del Magazzino Omnichannel

L'approccio di Manhattan Associates

Per venire incontro alle esigenze di una domanda Multicanale, Manhattan ha individuato risposte specifiche e mirate per ciascuna delle seguenti sfide:

1. Garantire l'affidabilità degli strumenti tecnologici
2. Garantire la scalabilità della soluzione
3. Gestire tipologie di ordini provenienti da canali diversi
4. Ridurre il lead time
5. Ridurre gli errori di prelievo
6. Gestire in maniera integrata la cancellazione degli ordini e i resi



Le sfide del Magazzino Omnichannel

1. Garantire l'**AFFIDABILITA'** degli strumenti tecnologici

L'Affidabilità degli Strumenti Tecnologici si articola nei concetti di Disponibilità e Manutenibilità al fine di rendere la soluzione fruibile senza interruzioni del servizio.

Manhattan Associates ha interpretato queste esigenze adottando i seguenti strumenti:

- Implementazione di soluzioni **CLOUD BASED**
- Utilizzo tecnologie basate su **MICROSERVIZI**
- Sviluppo di software **VERSIONLESS**



Le sfide del Magazzino Omnichannel

2. Garantire la SCALABILITA' della soluzione



La crescente affermazione di eventi commerciali come il Black Friday rende la Scalabilità una caratteristica imprescindibile e un fattore critico per il successo di ogni azienda.

Il modello **SaaS** permette alle soluzioni Manhattan Associates di:

- Rispondere repentinamente a significative variazioni e picchi di domanda
- Risparmiare risorse e oneri tipici di soluzioni On Premise



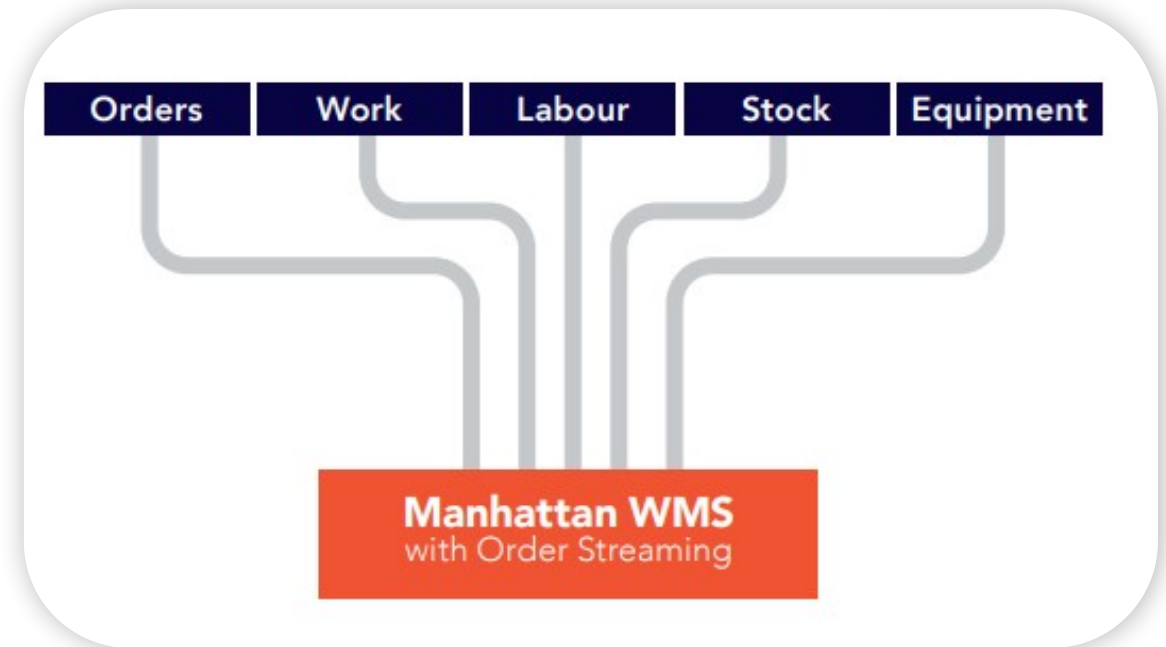
Le sfide del Magazzino Omnichannel

3. Gestire tipologie di ordini provenienti da CANALI DIVERSI

1/2

Welcome to Manhattan Active Order Streaming!

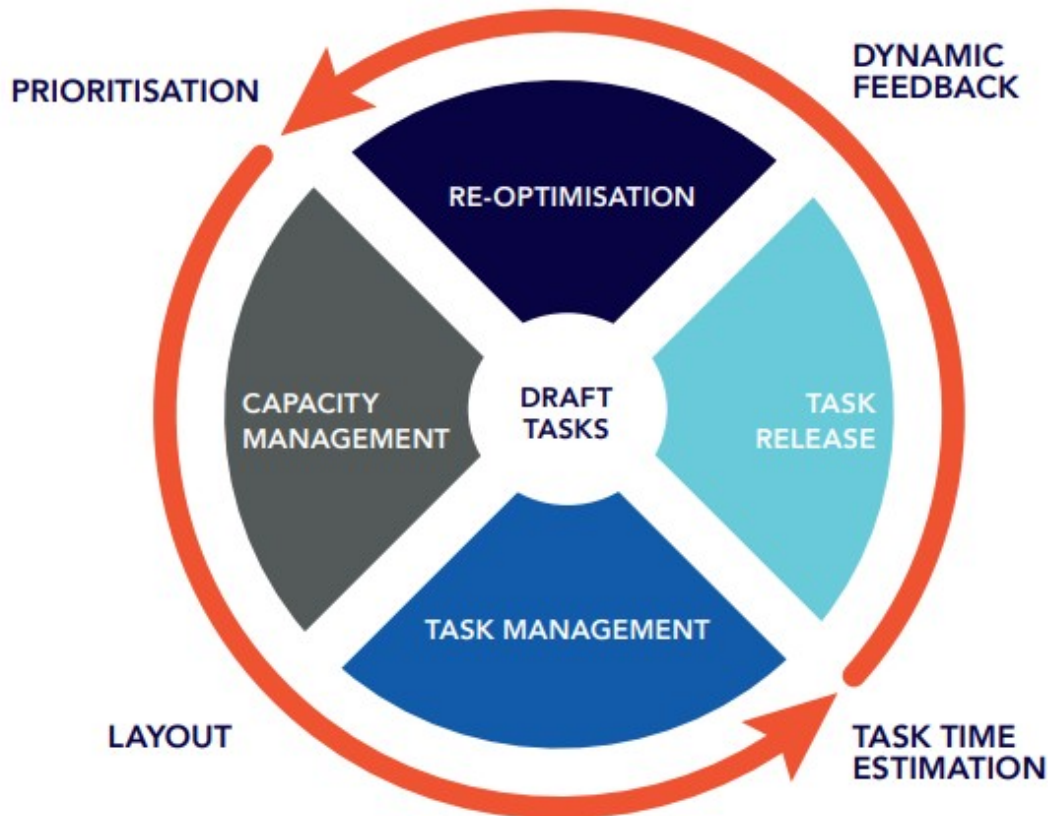
- › Manhattan Active Order Streaming è uno strumento innovativo, basato su AI e Machine Learning che combina vincoli e risorse in maniera ottimizzata al fine di evadere gli ordini
- › Manhattan Active Order Streaming allinea in tempo reale e combina informazioni relative a:
 - Ordini
 - Carico di lavoro
 - Utilizzo manodopera
 - Scorte disponibili
 - Apparecchiature



Le sfide del Magazzino Omnichannel

3. Gestire tipologie di ordini provenienti da CANALI DIVERSI

2/2



- › Manhattan Active Order Streaming è in grado di apprendere e regolare la logica di orchestrazione in tempo reale al fine di massimizzare l'utilizzo di risorse
- › Utilizza una serie di algoritmi e tecniche di apprendimento automatico grazie all'impiego di Machine Learning, riuscendo ad adattarsi dinamicamente allo stato del CEDI e al carico di lavoro
- › La sua logica di funzionamento si articola in un processo ricorsivo in base al quale:
 - Studia i dati e li combina in maniera intelligente
 - Combina i vari vincoli e determina tempi di esecuzione contingenti
 - Stabilisce le priorità con cui rilasciare ciascun task



Le sfide del Magazzino Omnichannel

4. Ridurre il LEAD TIME

Gli standard attuali medi per ordini B2C, si attestano sulle 24 ore tra la conferma dell'ordine online e la consegna a casa della merce.

Strumenti usati da Manhattan Associates per ridurre il Lead Time:

- **Order Streaming** (aggregazione ordini, creazione Route ottimali, sfruttamento ottimale risorse, gestione delle priorità coerenti con le scadenze)
- Nuovo Modulo di **Warehouse Execution System** (WES) progettato da zero per ottimizzare l'integrazione con qualsiasi tipo di Automazione, Robotica e dispositivi IoT
- **Assegnazione automatica delle missioni** compatibili con vincoli operativi (mezzi, peso, aree di prelievo assegnate a ciascun utente)
- Ottimizzazione delle giacenze tramite il Modulo di **Slotting Optimization**
- Gestione automatica del **Replenishment**



Le sfide del Magazzino Omnichannel

5. Ridurre gli ERRORI di Prelievo



Inviare merce sbagliata o quantitativi errati, comporta un danno d'immagine e il rischio di perdita dei clienti attuali e potenziali.

Manhattan Associates migliora l'accuratezza dei prelievi grazie a:

- Impiego della **Radiofrequenza** e di **terminali** basati su tecnologia **Android**, user friendly che riducono anche i tempi di training
- **Facile integrazione** (WES) con sistemi MHE, Put to light, Pick and Pack to Light
- Impiego facilitato di **Caratteri di Conferma** tramite dettatura Voice e/o scansione
- **Etichettatura** puntuale e personalizzabile per la conferma anche visiva dei prelievi



Le sfide del Magazzino Omnichannel

6. Gestire in maniera integrata la CANCELLAZIONE degli ordini e i RESI

La capacità di gestire la **Cancellazione degli Ordini** spinta da Manhattan il più avanti possibile nel processo di lavorazione dell'Ordine, ha il duplice vantaggio di:

- **Risparmiare** risorse e costi legati alla restituzione
- Aumentare la percezione **qualitativa** del cliente

Notevoli benefici e risparmi provengono dalla possibilità di riprendere in carico e gestire i **Resi***. Grazie a Manhattan, la ripresa in carico della merce restituita avviene in maniera veloce evitando rischi di obsolescenza e perdite.





Grazie

