

Webinar “eCommerce, Retail e omnichannel”: 6 luglio 2023 Pronti per la supply chain commerce?

Il consolidamento della attività logistiche per gestire al meglio la distribuzione omnicanale comporta il passaggio ad una supply chain digitale, che possa essere monitorata in real time e gestita al meglio a seconda della variabilità degli ordini. Le soluzioni Manhattan Associates vi aspettano al prossimo webinar di Logistica Management

Monza, 29 giugno 2023 – Se si considera che l’infrastruttura digitale impiegata dalle aziende per gestire la supply chain risale a un periodo precedente all’avvento del paradigma dell’omnicanalità, ad oggi sono ancora molti i brand che gestiscono l’eCommerce e i punti vendita fisici in modo indipendente l'uno dall'altro. In tale situazione, i sistemi impiegati, non sufficientemente agili e limitati a singoli contesti d'uso, non sono più in grado di soddisfare le esigenze in continuo cambiamento dei consumatori e ormai collocate in un scenario retail digital-first, sia dal punto di vista economico, sia da quello ambientale.

La combinazione tra i trend, le sfide e i cambiamenti da affrontare sta creando il contesto perfetto per quello che **Manhattan Associates** definisce oggi come “supply chain commerce”, che offre alle aziende, ai retailer e ai consumatori di tutto il mondo il contesto ideale per intraprendere la strada della digitalizzazione, come spiegherà **Roberto Vismara, Sales Director Italy di Manhattan Associates**, nel corso del prossimo webinar di Logistica Management “**eCommerce, Retail e omnichannel**” in programma il **6 luglio 2023**, a partire dalle 14:30 su piattaforma Zoom, e moderato da Marco Bettucci, Lecturer di Operations and Technology, SDA Bocconi School of Management.

La partecipazione all'evento è gratuita previa registrazione [online](#).

Manhattan Associates, attraverso la sua tecnologia, è in grado di supportare qualsiasi tipo di azienda che intende affrontare un processo di trasformazione digitale in cui il canale eCommerce e i suoi volumi risultano rilevanti. «*In tale contesto, - racconta Roberto Vismara - dovendo gestire ordini di natura diversa e dalle diverse dimensioni, con livelli di servizio eterogenei, le sfide che le aziende devono affrontare sul fronte della distribuzione si moltiplicano e se i canali vengono gestiti in maniera separata c'è il rischio che si moltiplichino anche gli investimenti da affrontare. Il nostro approccio si basa invece sulla gestione di una supply chain unificata e digitale, ottenibile attraverso l'adozione della nostra piattaforma in cloud, che permette una scalabilità dell'operatività in magazzino, oltre che la possibilità di gestire canali diversi e di ridurre il lead time di attraversamento, solo per fare qualche esempio. Il tutto, garantendo la coesistenza tra fattore umano e automazione/ robotizzazione all'interno del magazzino, con l'ottica di avere sempre una visione integrata e di continua ottimizzazione delle operations classiche di magazzino*».

Le problematiche più frequenti che incorrono quando bisogna gestire un magazzino omnichannel riguardano sicuramente il superamento della “logica delle wave”: *«La nostra soluzione ha delle funzionalità di tipo order streaming che permettono di rilasciare in real time qualsiasi tipologia di ordine verso il magazzino e, al tempo stesso, introduce delle logiche di ottimizzazione di task verso i pickeristi per ottimizzare i percorsi e il tempo delle risorse. Permette inoltre - prosegue Vismara - un monitoraggio completo sul layout del magazzino, utile ad esempio per evitare gli assembramenti in corsia e conseguenti attese per il prelievo. Un altro aspetto è che la nostra soluzione di Warehouse Management è agnostica rispetto a qualsiasi fornitore di automazione, per cui siamo in grado di integrare qualsiasi tipo di automazione che il cliente possa aver selezionato per gestire l'operatività e i volumi crescenti all'interno del magazzino. Queste funzionalità, in realtà, sono presenti in tutte le nostre soluzioni, sia nella componente di Order Management, sia in quella di Warehouse Management e Transportation. Tutte si basano infatti su una logica di ottimizzazione continua, integrata e trasversale, che permette la piena interoperabilità tra le diverse soluzioni».*

Oltre alla tecnologia, Roberto Vismara presenterà anche una serie di user case di valore, che si aggiungeranno alle altre testimonianze sia di automazione che digital transformation che illustreranno **partner Dematic, ICAM, LCS e Manhattan Associates**. Il tutto moderato da Marco Bettucci, Lecturer di Operations and Technology, SDA Bocconi School of Management, che aprirà il webinar con una riflessione sulle variabili critiche di progettazione che portano le aziende, a volte anche all'interno dello stesso settore, a fare scelte differenti in termini di grado di convergenza delle attività logistiche per servire al meglio la distribuzione omnicanale.

SAVE THE DATE!

Giovedì 6 luglio 2023, ore 14:30 – 17:00

Webinar eCommerce, Retail e omnichannel

Organizzatori: Logistica Management

Per info e registrazioni [CLICCA QUI](#)

Editrice TeMi

Editrice TeMi è una casa editrice con sede a Monza e proprietaria, tra le altre, delle seguenti testate:

Logistica Management (logisticamanagement.it), la rivista di riferimento nel panorama logistico italiano e nel supply chain management. Presente sul mercato da più di 20 anni, si rivolge ad un ampio target di manager della logistica, della produzione, della distribuzione e della supply chain.

Impresa Sanità (impresasanita.it) la rivista, pensata per il manager della Sanità, è un nuovo modo di fare informazione nell'ambito sanitario con l'obiettivo di diffondere notizie, tendenze, studi e novità inerenti soluzioni organizzative, logistiche, sistemi e nuove tecnologie per migliorare i processi lungo la filiera del farmaco e della sanità.

Chimica Magazine (www.chimicamagazine.com), la rivista che si occupa dell'efficienza e dell'utilizzo ottimale delle risorse in tutti gli ambienti dell'industria di processo: in particolare l'industria chimica e farmaceutica e il settore oil&gas. Con un occhio particolare alla sostenibilità, all'ambiente e alle energie rinnovabili.

Editrice TeMi organizza **eventi specializzati** per settore merceologico e incontri di business strutturati secondo esigenze specifiche e focalizzati su un tema o una soluzione tecnologica particolare. Inoltre, mette a disposizione delle aziende servizi di **web marketing** per garantire al mercato una comunicazione completa e in tempo reale. Gestisce su YouTube lo **spazio “temichannel”** (youtube.com/temichannel) per la pubblicazione di video di casi di successo, demo di prodotti e servizi: strumento di grande efficacia a completamento della parola stampata o su web.

press@editricetemi.com- www.editricetemi.com