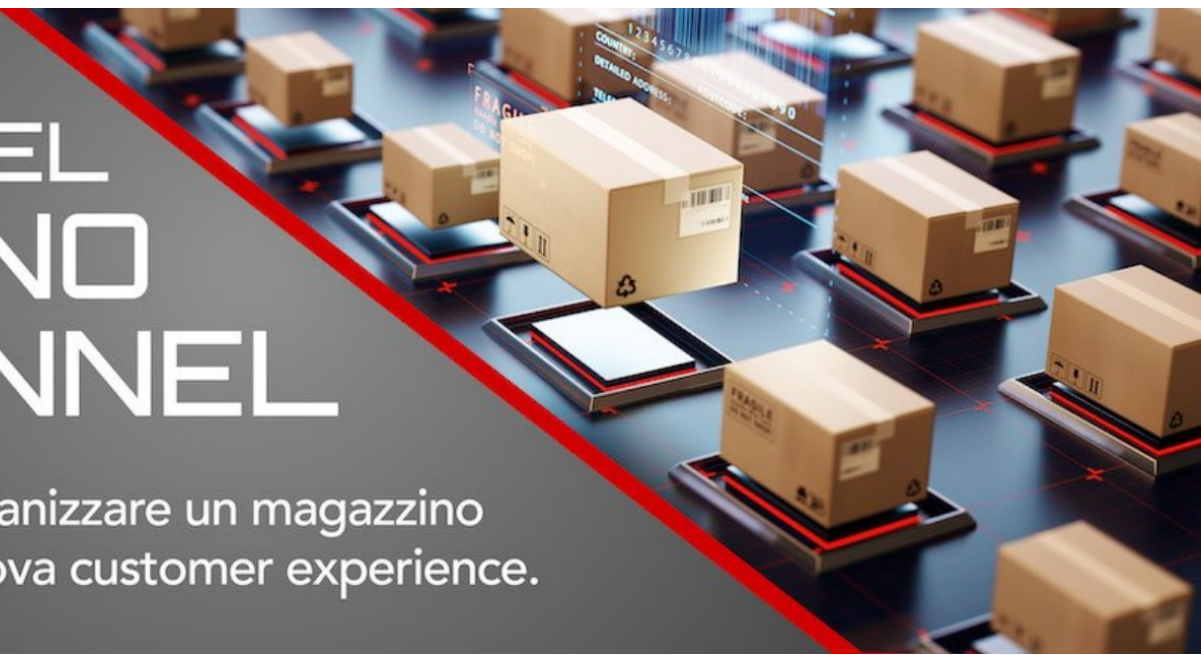


LE SFIDE DEL MAGAZZINO OMNICHANNEL

Tecnologie e soluzioni per organizzare un magazzino efficiente in funzione della nuova customer experience.



Andrea Payaro

*Adjunct Professor Digital
Transformation*

**Magazzino per l'omnicanalità:
processi, tecnologie e ambienti**

Andrea Payaro.

- Consulente direzionale nell'area delle operations. Certificato al massimo livello di competenza da ELA (European Logistics Certification). Membro della faculty di ICE.
- Dottore di ricerca (Ph.D) in Ingegneria Gestionale presso l'Università di Padova, svolge attività di ricerca su alcuni temi inerenti il mondo della logistica e della supply chain. Ha seguito numerosi progetti nell'area dei sistemi produttivi e logistici per aziende in diversi settori industriali con particolare riferimento all'applicazione del lean management. È socio fondatore del CSCMP – Council Supply Chain Management Professional.
- E' autore di 3 libri e di oltre 100 pubblicazioni su riviste nazionali. Ha partecipato in qualità di relatore a convegni internazionali. Membro del CT della rivista Logistica Management.
- Per le attività di formazione e di consulenza nel 2019 è stato insignito del prestigioso premio “Il Logistico dell'anno”.

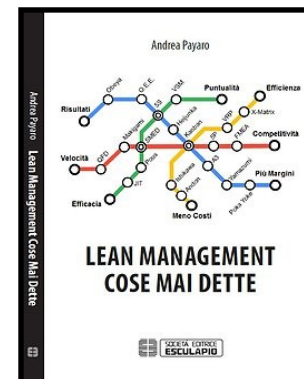
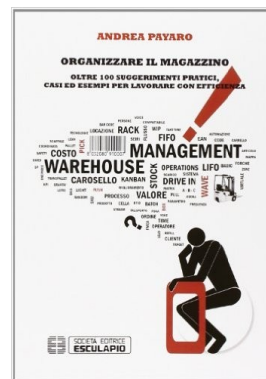
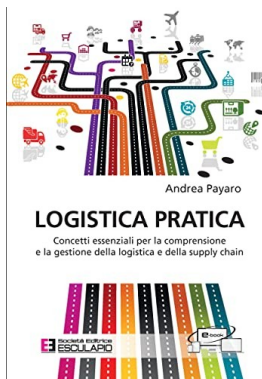


**Logistico dell'Anno
2019**

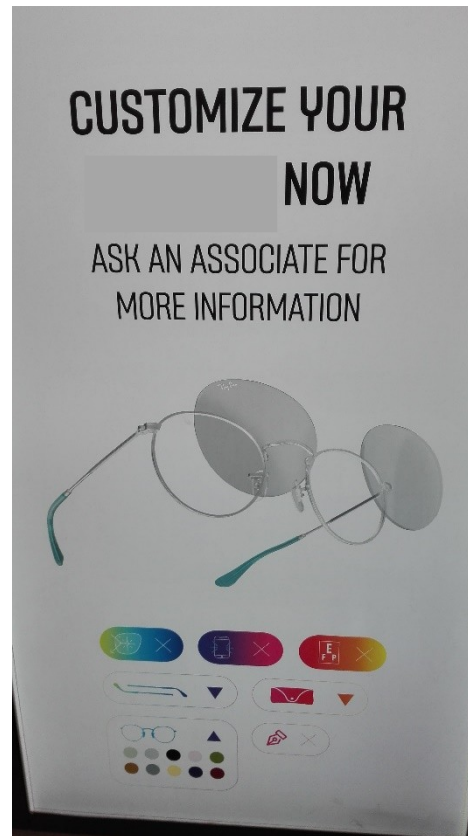


ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane



As Is



Keywords

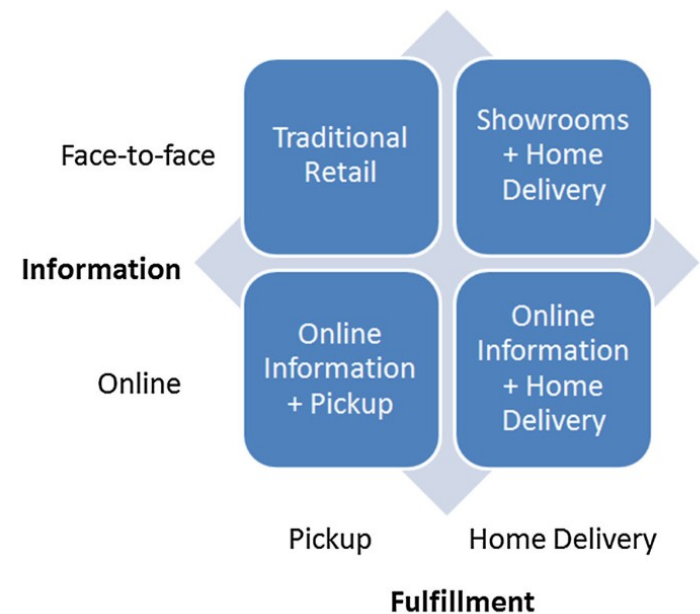
- Trova articolo nel negozio
- Prenota un camerino
- Ordina e ritira
- Personalizza

Omnicanalità

Omnichannel si riferisce ai vari canali che consentono di portare il prodotto al cliente.

Omnichannel Retail è il futuro per l'eCommerce che porta a vantaggi quali;

1. Maggiore personalizzazione del prodotto e servizio,
2. Maggiori e migliori dati sul comportamento del cliente,
3. Maggiore orientamento ai clienti,
4. Rilevazione di KPI corretti (Key Performance Indicator)
5. Mantenimento di un'immagine di marca coerente.



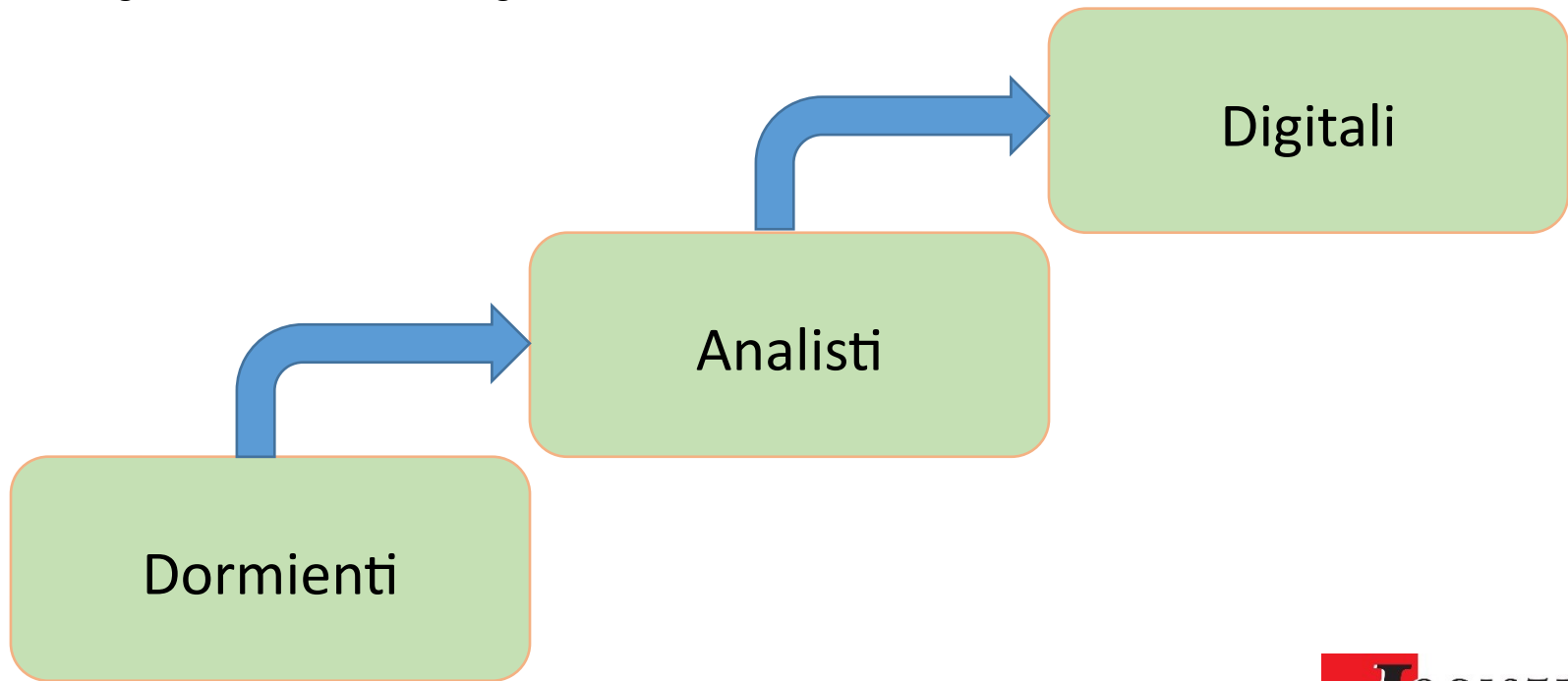
Sources:

Gomeseria, R. V. (2019, May 15). Omnichannel eCommerce Application. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/JRBY6>

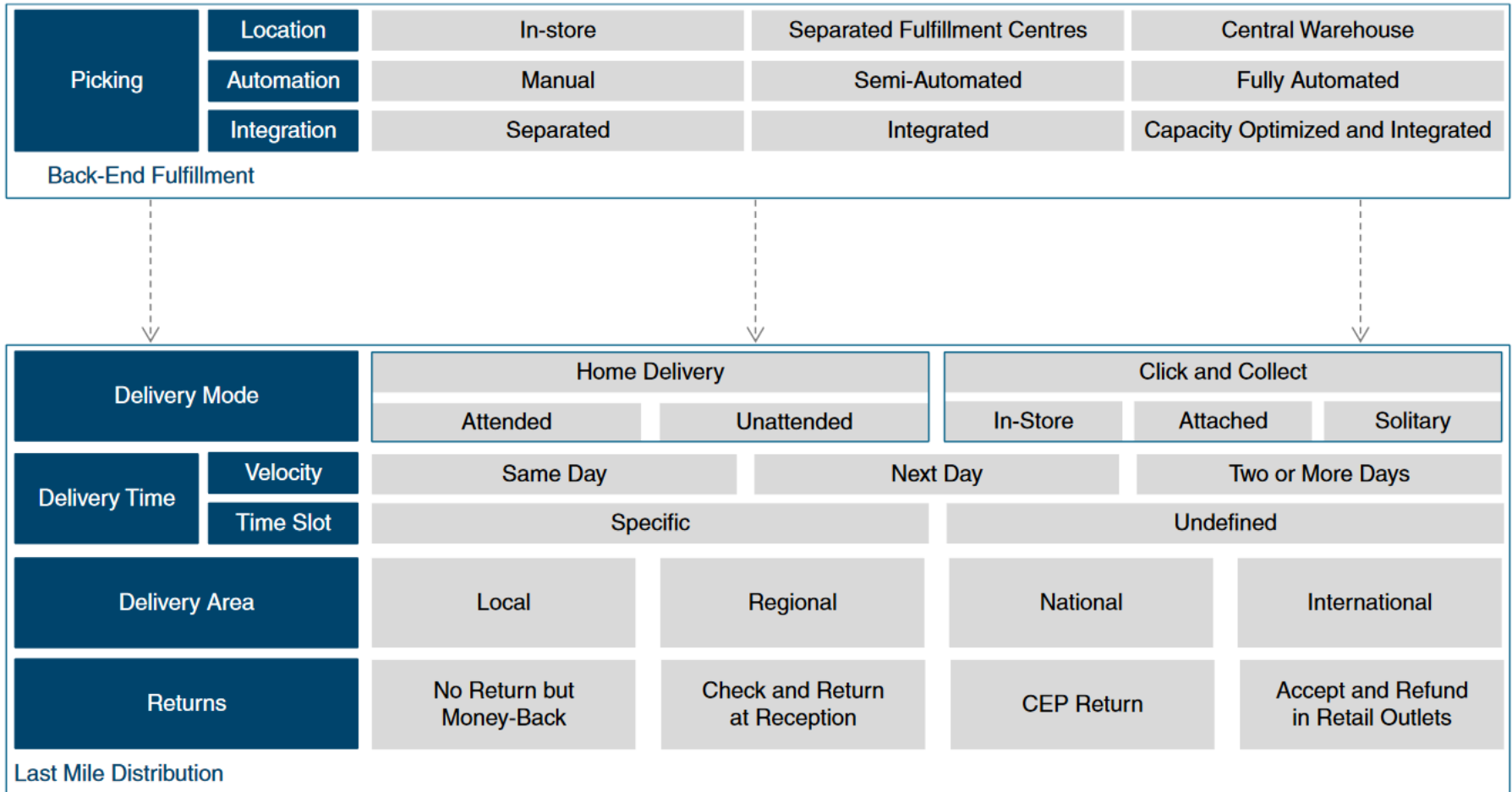
Sunil Chopra, How omni-channel can be the future of retailing, DOI 10.1007/s40622-015-0118

Aziende e omnicanalità

- L'omnicanalità ha messo le aziende di fronte a una trasformazione digitale necessaria per rispondere alle nuove esigenze del mercato. Oggi si possono identificare tre tipologie di comportamenti di fronte a questa esigenza:
 - Dormienti: realtà che non hanno ancora valutato un cambiamento organizzativo
 - Analisti: Realtà che oggi stanno progettando i nuovi processi
 - Digitali: aziende che hanno già realizzato la trasformazione



Fulfillment per l'omnicanalità



Source: Alexander Hübner Heinrich Kuhn Johannes Wollenburg, Last mile fulfilment and distribution in omni-channel grocery retailing: A strategic planning framework, International Journal of Retail & Distribution Management ·

Magazzini per l'omnicanalità

- Per rispondere alle nuove esigenze è necessario organizzare nuovi ambienti, nuovi magazzini o magazzini strutturati in modo di permettere velocità e precisione.
- Si possono quindi identificare :

In store picking	(+) Nessun cambiamento organizzativo (+) Gestione delle scorte aggregate (-) Congestione degli spazi (-) Gestione delle risorse condivise
Dark store, solitamente parte di unità commerciali chiuse al pubblico destinate allo stoccaggio e alla spedizione dei prodotti	(+) Migliore gestione delle risorse (+) Migliore gestione del prelievo (-) Investimenti iniziali
Distribution centers	(+) Assenti investimenti in infrastrutture (-) Riorganizzazione delle attività di picking
Urban logistics, spazi inseriti nei contesti residenziali necessari per gestire la meglio l'ultimo miglio.	(+) Migliore gestione dell'ultimo miglio (-) Gestione dei nuovi spazi di interscambio

Challenges

**What customers
want**

Velocità

Precisione

Affidabilità

Challenges

Cicli brevi

Controllo del processo

Controllo della qualità

Flessibilità

Controllo in tempo reale

Controllo dei costi

Tools

Automazione

Digitalizzazione

Target

Automazione

Attività ripetitive

Attività faticose

Obiettivi

Velocità

Sicurezza

Digitalizzazione

Paperless

Real time

Precisione

Risparmio

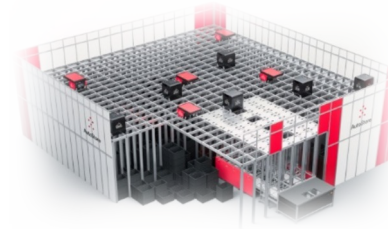
Condivisione

Tools

Automazione



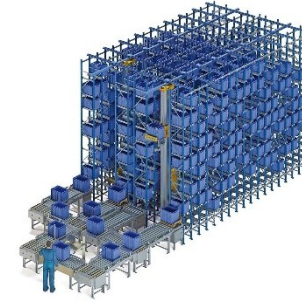
AMR



Magazzini automatici

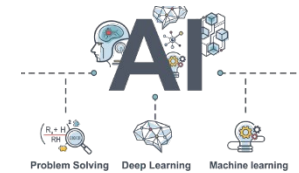
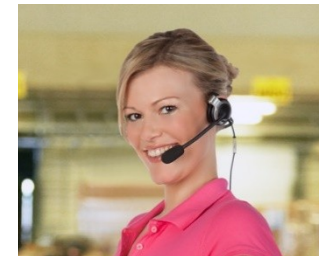


Magazzini verticali



Picking automatici

Digitalizzazione



Conclusioni

Automazione

Soluzioni adatte anche alla piccole aziende?

Quali i tempi di recupero dell'investimento?

Quale distribuzione?

Digitalizzazione

Le aziende hanno le competenze per usare correttamente gli strumenti forniti?

Le aziende riescono a usare i dati raccolti per generare miglioramenti e cambiamenti?

*Thanks
Andrea Payaro*

andrea@payaro.it

Mob: 349 3573434