SUSMILE Capsule 3.2.2 Fonte 1

Documento Word

LE TECNOLOGIE PIÙ ADATTE PER LMD

Michal Turek, Ph.D.

La distribuzione comprende anche il suo lato fisico rappresentato dal trasporto e dallo stoccaggio, che è diventata la soluzione tradizionale per mantenere in movimento il flusso delle merci. Stiamo parlando qui in senso più ampio del flusso di materiale in un'azienda, ma questo non può essere affrontato senza informazioni sufficienti e tempestive. Per un'azienda, è necessario conoscere le esigenze dei clienti per i beni e i servizi forniti, poiché da questi può determinare il piano di distribuzione. Questi fattori fanno sorgere la necessità di un sistema informativo perfettamente funzionante e pienamente integrato, senza il quale poche aziende possono immaginare la loro esistenza sul mercato. Un buon sistema informativo può ridurre significativamente i costi e quindi liberare fondi che l'azienda può quindi utilizzare per finanziare il suo ulteriore sviluppo.

Non è sufficiente possedere risorse informative, ma dobbiamo avere le competenze e le capacità per essere in grado di estrarre le informazioni necessarie da queste risorse e per essere in grado di usarle in modo appropriato. L'obiettivo è quello di creare un'autostrada dell'informazione. La base di fornitori si sta riducendo poiché solo un numero molto limitato di fornitori può essere lavorato in modo efficace. C'è una crescente dipendenza interna di ogni membro della catena dagli altri. L'integrazione bidirezionale contribuisce a una maggiore flessibilità, che è un prerequisito per una comunicazione tempestiva con il mercato.

Informazione

Il valore dell'informazione è soggettivo e le viene attribuito dal suo utente. Se il destinatario dei dati non è in grado di interpretare le informazioni, allora non ha alcun valore per lui. Nel mondo di oggi, l'arte di lavorare con l'informazione e la conoscenza sta diventando la base per creare nuovi vantaggi competitivi a lungo termine

Le informazioni giuste riducono i costi di inventario e delle scorte di sicurezza. Possono ridurre i tempi di consegna tra un'azienda e i suoi fornitori fornendo informazioni tempestive. L'uso delle transazioni elettroniche può anche rendere la comunicazione tra un'azienda e i suoi fornitori, clienti o partner più veloce ed economica. Le informazioni possono non solo aiutare un'azienda a ridurre i costi, cosa che viene fatta eliminando attività o risparmiando, ma aiuta anche ad aumentare le entrate. Crea un vantaggio competitivo in quanto può migliorare l'offerta di prodotti e servizi al cliente. Gli esempi includono le informazioni inserite su un sito web, ordinare merci da un catalogo via Internet e farlo senza vincoli di tempo.

Caratteristiche del flusso di informazioni

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Il sostegno della Commissione europea per la produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette solo le opinioni degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per qualsiasi uso che possa essere fatto delle informazioni in essa contenute.

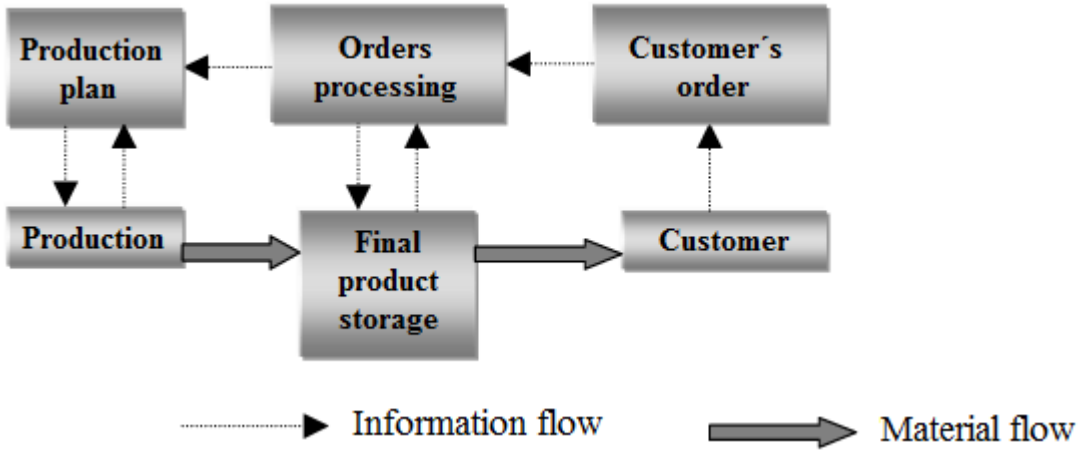
Il flusso di informazioni può assumere la forma di ordini, fatture, previsioni della domanda, feedback dei clienti. Più efficiente e accettabile è il metodo di comunicazione al cliente, più contribuisce al servizio complessivo al cliente. Una scarsa comunicazione porta a errori, ritardi e duplicazione degli sforzi, che possono aumentare i costi sia in termini di risorse finanziarie che di insoddisfazione del cliente.

Flussi di informazioni in archivio

La velocità e la qualità dei flussi di informazioni influiscono sui livelli di inventario. Il trasferimento di informazioni durante lo stoccaggio si riferisce ai livelli di inventario, alle merci in movimento, alla posizione delle scorte, alle consegne in entrata e in uscita, ai clienti, al personale e all'utilizzo dello spazio del malto. I computer e le loro reti svolgono un ruolo importante nello scambio di dati. Una varietà di sistemi informativi sono coinvolti nell'accelerare, razionalizzare e migliorare il trasferimento delle informazioni necessarie per supportare tutte le funzioni di magazzino.

Flussi informativi business-to-customer

I clienti sono la fonte delle informazioni di vendita e marketing che fluiscono al produttore. Queste informazioni sulle vendite o sulla situazione del mercato aiutano il produttore a scoprire fatti importanti sui suoi prodotti. Pertanto, le imprese mantengono un legame diretto con i consumatori. Se manca questa comunicazione, l'azienda è costretta a prendere provvedimenti costosi per entrambe le parti.



Sistemi informativi aziendali

"Un sistema informativo è un insieme di persone, mezzi tecnici e metodi, che garantiscono la raccolta, la trasmissione, l'elaborazione, la conservazione dei dati, al fine di presentare informazioni per le esigenze degli utenti attivi nei sistemi di gestione."

"La tecnologia dell'informazione è l'insieme di determinati strumenti, metodi e conoscenze necessari per elaborare i dati da cui vengono successivamente generate informazioni."

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Il sostegno della Commissione europea per la produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette solo le opinioni degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per qualsiasi uso che possa essere fatto delle informazioni in essa contenute.

I sistemi informativi acquisiscono, elaborano, trasmettono e memorizzano informazioni per le esigenze del sistema di gestione. Si compone di risorse tecniche e di supporto, attrezzature e persone. Un sistema di informazione è tenuto a fornire informazioni nel luogo richiesto, al momento richiesto, nella misura appropriata e nella forma appropriata.

I sistemi informativi sono attualmente utilizzati per facilitare l'uso di varie banche dati. Devono fornire informazioni accurate e tempestive, coprire tutte le esigenze dei clienti e rispondere ai cambiamenti immediati nei processi aziendali. Viene spesso utilizzata l'abbreviazione IS/IT, che è stata introdotta perché la relazione tra sistemi informativi e tecnologia dell'informazione si fonde.

Per la corretta implementazione e utilizzo di un sistema aziendale, è necessario percepirlo nel modo più completo possibile, insieme a una comprensione delle diverse percezioni dell'IS aziendale dal punto di vista tecnologico degli specialisti IT, dei diversi gruppi di utenti e dal punto di vista dell'organizzazione dei processi dell'impresa. Un prerequisito per tale comprensione è una buona conoscenza delle capacità di una specifica impresa IS, una comprensione dei loro principi, interrelazioni e tendenze.

Moduli di sistemi informativi

Modulo CRM (Customer Relationship Management)

Gestione delle relazioni con i clienti integrata direttamente nel vostro sistema informativo. Ogni giorno, le informazioni aggiornate provenienti dai processi aziendali rimangono documentate in modo chiaro e sicuro.

Modulo acquisti

Registrazione ed elaborazione dei dati relativi all'approvvigionamento di materiali o subappalti necessari per l'esecuzione degli ordini. Il processo inizia con la ricerca di un fornitore, seguita dall'ordinazione e dallo stoccaggio della merce ricevuta. Valutare l'efficacia delle attività di acquisto, le statistiche di acquisto e valutare i rimborsi.

Modulo di vendita

Registrazione ed esecuzione completa dell'ordine - dal suo inizio sotto forma di un ordine di merce esaurita (legata all'acquisto) al trattamento di tutti i dati necessari per garantire la consegna della merce al cliente. Calcolo flessibile di prezzi e sconti, statistiche di vendita. Pianificazione di viaggi, valutazione dei rappresentanti di vendita.

Modulo Gestione magazzino

Acquisizione e monitoraggio dei livelli delle scorte, registrazione degli ordini di merci, determinazione dei premi assicurativi, calcolo dei livelli minimi, ottimali, massimi delle scorte, prenotazione delle merci

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Il sostegno della Commissione europea per la produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette solo le opinioni degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per qualsiasi uso che possa essere fatto delle informazioni in essa contenute.

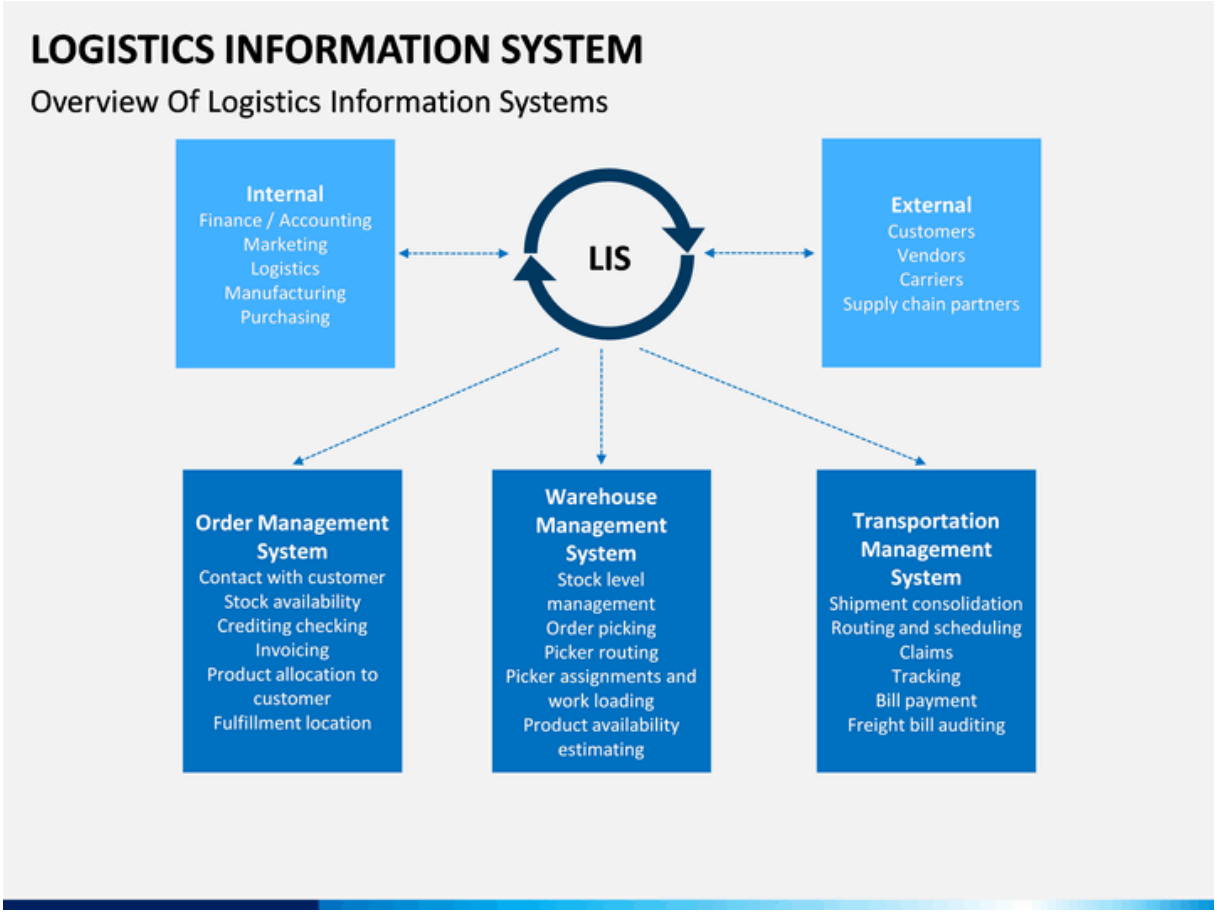
in base agli ordini, riordino, registri delle scorte di spedizione, gestione delle posizioni di magazzino, uso di EAN, modelli di layout flessibili. Inventario e chiusure.

Per illustrare un esempio di sistema di gestione del magazzino, guarda un video di tre minuti:

https://www.youtube.com/watch?v=_grpOkkd8p8

Modulo servizio clienti

Assistenza clienti post-vendita, in particolare in caso di consegna di beni o servizi che richiedono manutenzione o assistenza. Schede di installazione, gestione dei contratti di assistenza, reclami e manutenzione. Distribuzione e reporting dei tecnici, statistiche e cronologia. Registrazioni, ispezione e taratura dei contatori. Collegamento diretto a magazzini e contratti.



https://cdn.sketchbubble.com/pub/media/catalog/product/cache/1/image/720x540/c96a280f94e22e3ee3823dd0a1a87606/l/o/logistics-information-slide5.png

Sistemi di navigazione

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Il sostegno della Commissione europea per la produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette solo le opinioni degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per qualsiasi uso che possa essere fatto delle informazioni in essa contenute.

I sistemi di navigazione, generalmente chiamati GNSS (Global Navigation Satellite System) forniscono non solo servizi di posizionamento e navigazione, ma anche tracciamento e cronometraggio, su base globale e regionale.

Il GNSS più popolare è il GPS americano (Global Positioning System). Tuttavia, altre nazioni hanno messo in campo i propri sistemi. L'UE ha lanciato il suo GNSS Gallileo nel 2016, il sistema è composto da 24 satelliti. La Cina gestisce BDS (BeiDou Navigation Satellite System), la Russia ha messo a punto GLONASS (Globalnya Navigazionnaya Sputnikovaya Sistema).

Le possibilità offerte da questi sistemi possono essere perfettamente utilizzate per scopi logistici e trasformate in software utili, ad esempio sistemi con sistemi di tracciamento.

Esempio di **sistema informativo WEBFLEET**

Ogni sistema di localizzazione a bordo del veicolo ha un ricevitore GPS integrato per il monitoraggio dei veicoli tramite GPS e un trasmettitore GSM per l'invio delle coordinate di posizione del veicolo. I gestori di flotte possono quindi semplicemente accedere alla nostra soluzione di gestione della flotta, l'applicazione online sicura WEBFLEET, in ufficio e tenere traccia dei movimenti di tutti i veicoli dotati di un sistema di tracciamento dei veicoli. Con i dati sulla posizione aggiornati ogni minuto, avrai sempre le informazioni aggiornate necessarie per prendere importanti decisioni operative.

Il sistema di localizzazione GPS dei veicoli utilizza un trasmettitore nel dispositivo di navigazione del veicolo per inviare un segnale che viene poi ricevuto dai satelliti in orbita. In questo modo, il tracciamento GPS può determinare la posizione esatta del veicolo: latitudine e longitudine, direzione di marcia e velocità. Un sistema di localizzazione GPS passiva dei veicoli traccia la posizione del veicolo e memorizza i dati, che possono quindi essere scaricati per l'analisi. Un sistema GPS attivo invia automaticamente queste informazioni a un database centrale per il monitoraggio dei veicoli in tempo reale.

Il tracciamento GPS dei veicoli presenta una serie di vantaggi per le flotte:

- Pianificazione del percorso ottimizzata per una maggiore efficienza e produttività.

- Tempi di arrivo più precisi, con conseguente soddisfazione dei clienti.

- Accesso non-stop ai dati sulla posizione in tempo reale, che aiuta a rilevare furti o usi non autorizzati e rispondere rapidamente a tali situazioni.

- Accesso a report importanti che aiutano a migliorare le operazioni e i profitti.

- Riduzione degli oneri amministrativi grazie a meno scartoffie e meno chiamate con i conducenti.

Fonti:

BASL, J. Sistemi informativi aziendali. Praga: Grada Publishing, 2002. 142 pp. ISBN 80-247-0214-2

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Il sostegno della Commissione europea per la produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette solo le opinioni degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per qualsiasi uso che possa essere fatto delle informazioni in essa contenute.

CHRISTOPHER, M. Logistika contro marketingu. Praga: Management Press, 2000. 166 s. ISBN 80-7261-007-4

MAJARO, S. Nozioni di base di marketing. Praga: Grada, 1996. 308 pp. ISBN 80-7169-297-2

PERNICA, P. Logistica. Praga: Università di Economia, 1995. 210 pp. ISBN 80-7079-820-3

SIXTA, J., MAČÁT, V. Logistica della teoria e della pratica. Brno: CP Books, 2005. 315 pp. ISBN 80-251-0573-3

https://data-norms.cz

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Il sostegno della Commissione europea per la produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette solo le opinioni degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per qualsiasi uso che possa essere fatto delle informazioni in essa contenute.