



Coca-Cola HBC
Italia



OSA: da teoria a processo. L'esperienza di Coca-Cola HBC Italia

Giorgio Compostella
KA Customer Logistic Manager

Milano, 4 Maggio 2016

Coca-Cola HBC: chi siamo



COCA-COLA HELLENIC BOTTLING COMPANY



**Coca-Cola
Hellenic Bottling Company**



2°
per volumi
a livello
mondiale

2°
imbottigliatore
in termini di
fatturato

28
paesi

36.362
dipendenti

65
stabilimenti
produttivi

2,1 milioni
di clienti

+ di **1,2 milioni**
di frigo vetrine

589 milioni
di consumatori

COCA-COLA HBC ITALIA



95%
presenza
in Italia

Coca-Cola HBC Italia

- Oltre 2.000 dipendenti
- 26 linee di produzione
- 4 stabilimenti
- 1.100 persone nella Forza di Vendita
- **17.000** clienti nel Modern Trade
- **140.000** clienti HORECA

La logistica collaborativa: un'opportunità di filiera



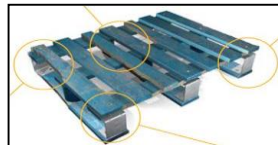
EDI



VMI /JIT



Backhauling



Pallet



OSA

INDUSTRIA



Produzione & Innovazione

Efficienze di costi

DISTRIBUZIONE



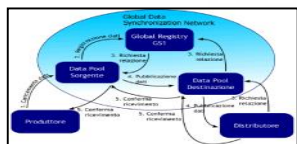
Category Management

Disponibilità di prodotto

CONSUMATORE



Scelta



GDSN



CPFR



Efficienze di costo



Pallet pronta vendita

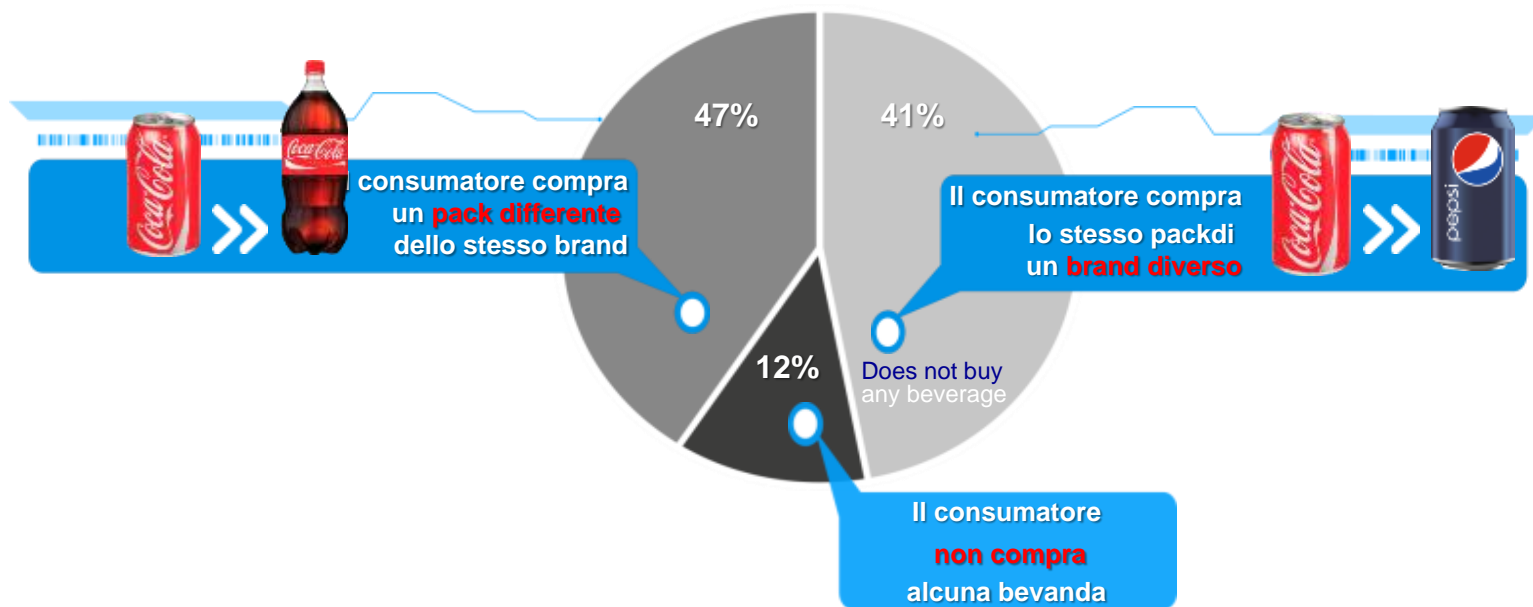


OSA: Definizione e contesto

- Qualsiasi referenza non disponibile in ogni momento della giornata all'acquisto per il consumatore in nessuna area del punto di vendita (Scaffale, Display, Cooler) è considerata **'Out Of Stock'** e comporta perdite di vendita per l'intero sistema
- La disponibilità sempre e comunque all'interno della superficie di vendita è considerata **"On Shelf Availability – OSA"**



La disponibilità del prodotto è critica per tutti gli attori della filiera: Consumatori, Clienti e sistema Coca-Cola



Il miglioramento dell' OSA è un'opportunità globale
per il Sistema Coca-Cola. Si tratta di
un'altro ...

“ ... \$1.000.000.000 Brand ”

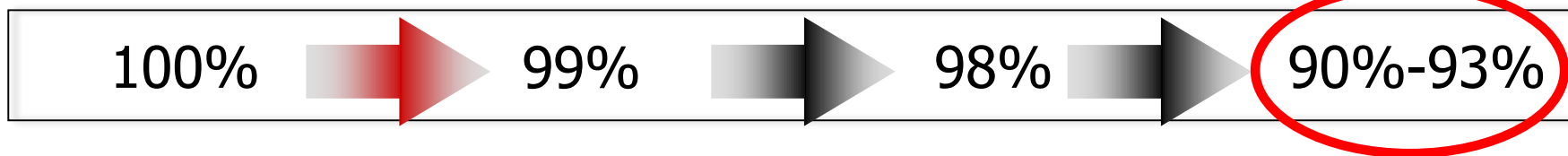


OSA: un tema che riguarda l'intera filiera



Ottimizzazione della Supply Chain

Ottimizzazione della domanda



**QUALSIASI PROGETTO CHE RIGUARDA L'OSA NON PUO'PRESCINDERE
DALLA COMPRESIONE DI DOVE SI GENERA IL PROBLEMA**



OSA: il processo di Coca-Cola HBC

Un processo in 5 fasi

Piani d'azione

Strategia condivisa



KBIs & reporting

Metodologia

Albero delle causali



E' fondamentale un allineamento strategico tra produttore e distributore per conseguire la massima efficienza

E' importante definire:
a) un timeplan
b) risorse
c) obiettivi a medio termine

2014 Obiettivi e Priorità

TOP to TOP
MEETING

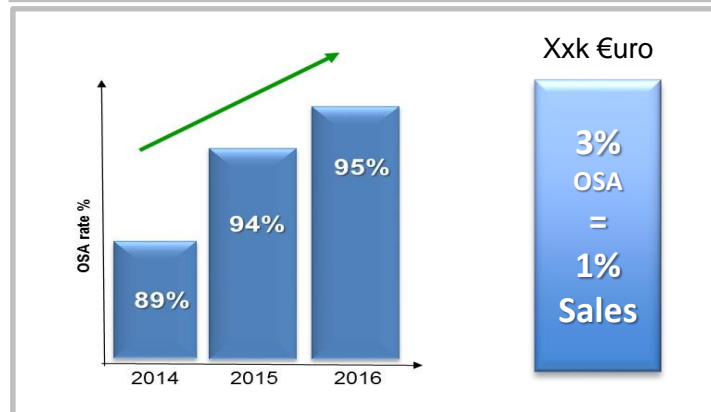
Customer Priorities & Objectives

1. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
2. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
3. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXX
4. Limitare le rotture di stock a scaffale
5. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXX

Coca-Cola HBC Priorities & Objectives

1. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
2. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
3. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
4. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
5. Ridurre OOS su canali Iper e Market (-2pts)
6. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

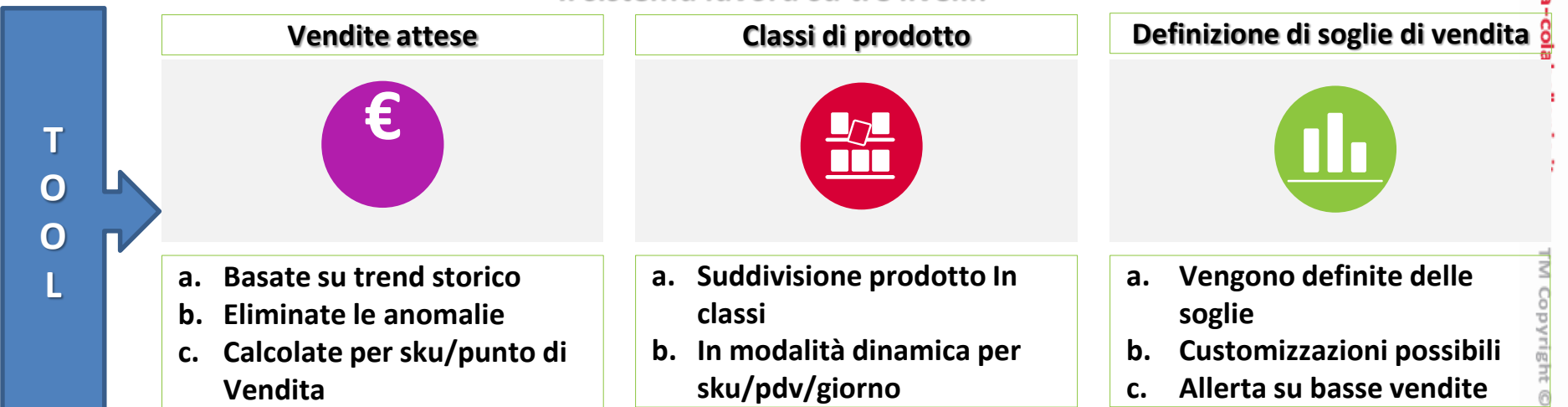
Milestones	Date	Timing	Owner
Project Initiation	8 June	Week1	ALL
Scoping Workshop	15 June	Week2	ALL
Confirm Data Files	15 June	Week2	CCH
Sign Off Statement of Work	6 July	Week5	TCCC
Data cube Design and Specification	13 July	Week6-8	Provider
Data cube Design and Specification Sign Off	27 July	Week8	CCH/TCCC
Converter Development	3 Aug	Week9-11	Provider
Receive all required data file	3 Aug	Week9	TCCC
Implementation	14 Sept	Week12-14	Provider
Dictionary	21 Sept	Week15-16	Provider
Templates	28 Sept	Week17-18	Provider
Training and UAT starts	5 Oct	From Wk 19	All
Sign Off and Go live	26 Oct	From Wk 23	All





Sistema statistico basato su OSA FLAGS che segnalano l'indisponibilità parziale o totale del prodotto.

Il sistema lavora su tre livelli:

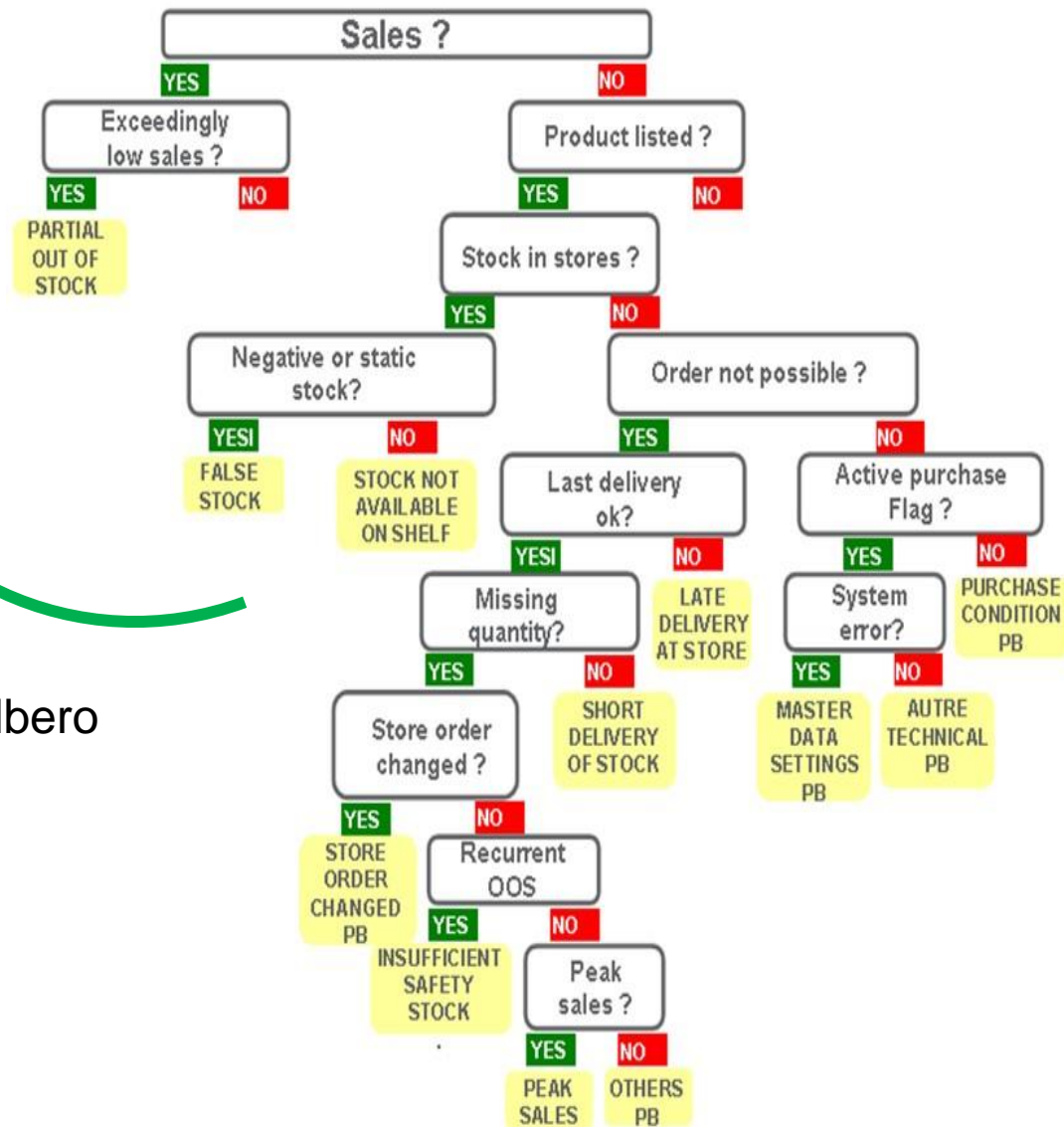


Processo giornaliero: ogni pomeriggio ho i dati del giorno precedente

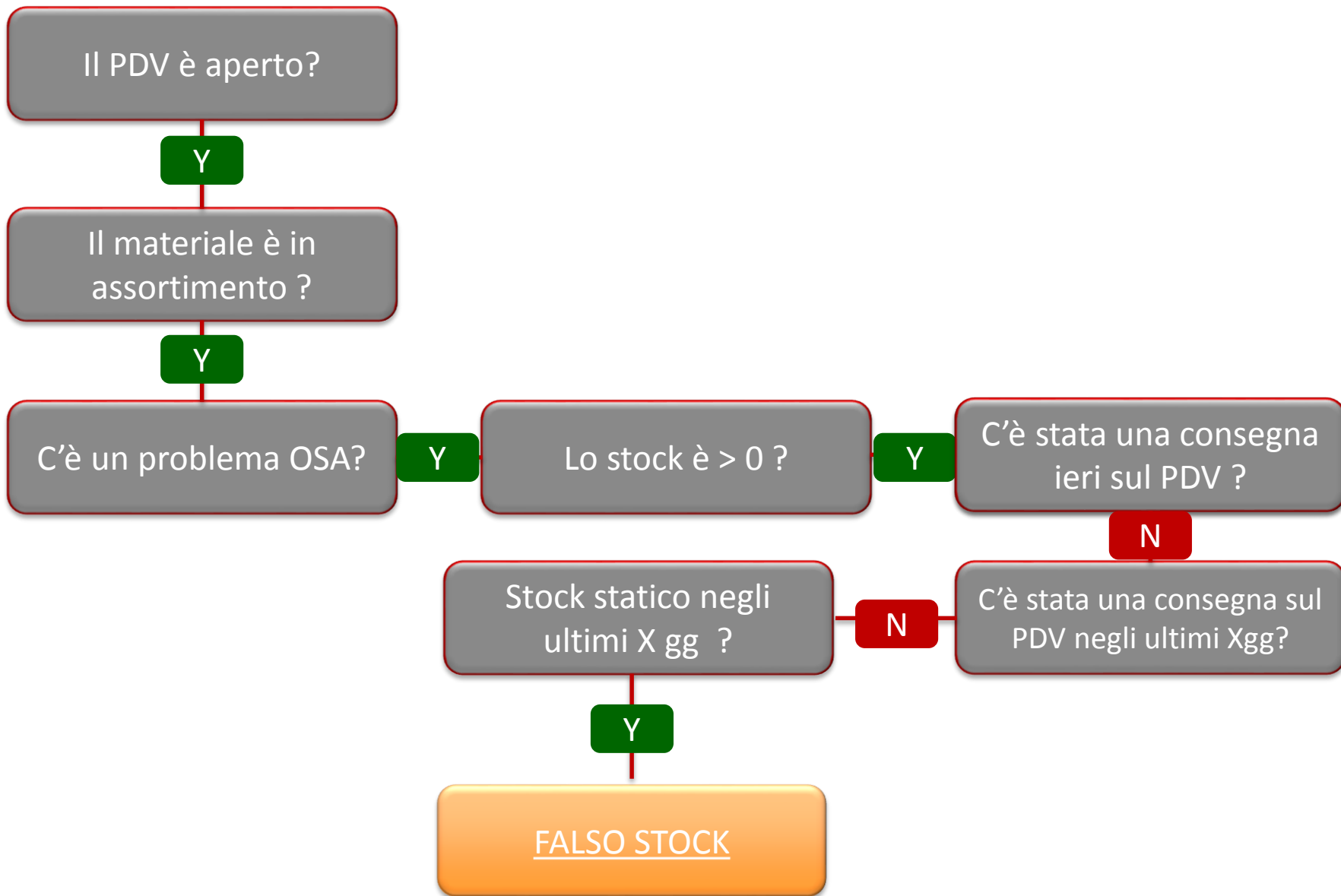


In base alla granularità dei dati ricevuti dal distributore il sistema è in grado di attribuire una causale ad ogni evento e viene definito un albero logico di causali

6



Un esempio: il falso stock

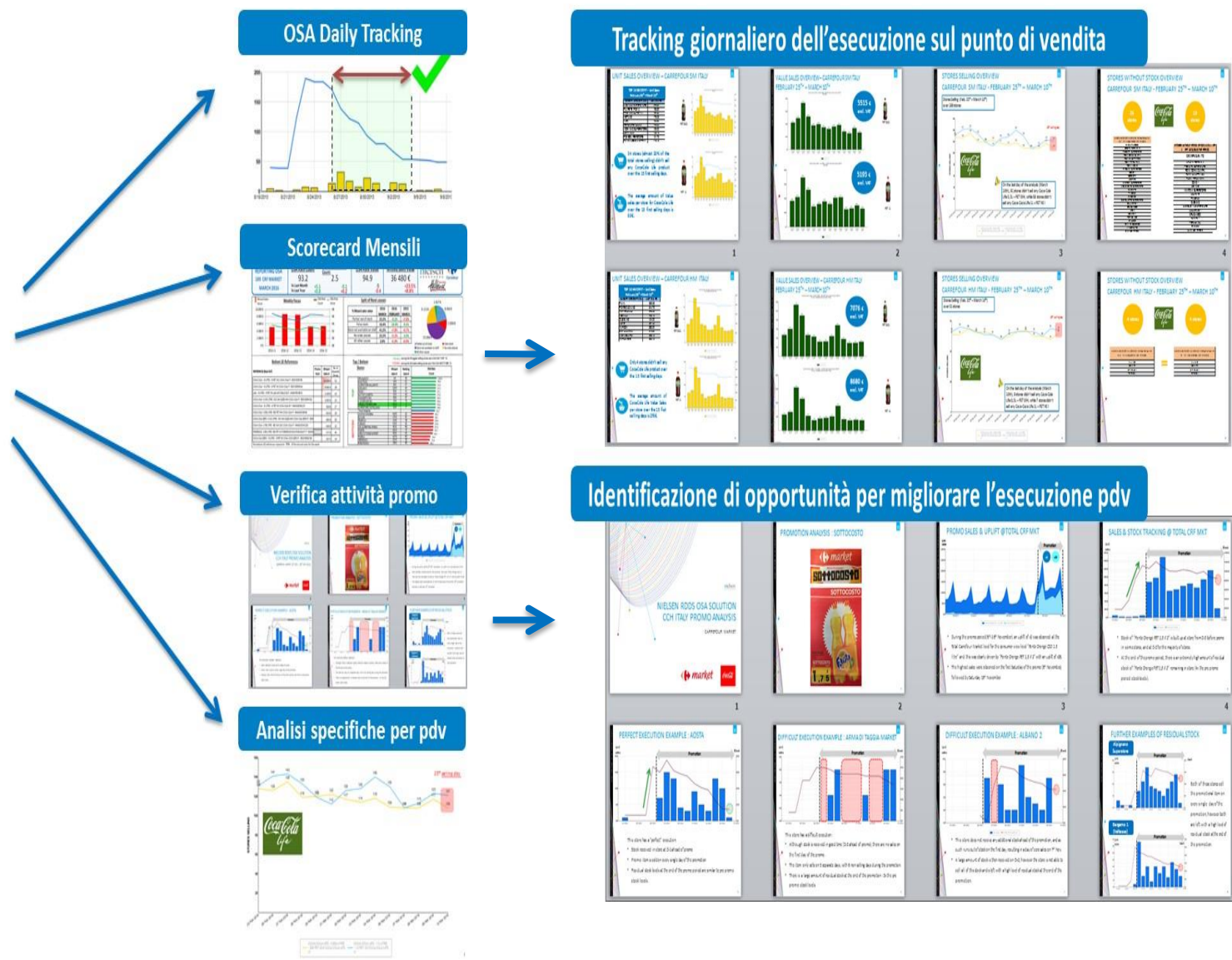




Ogni giorno I dati OSA del giorno precedente!



Web server



OSA Daily Tracking



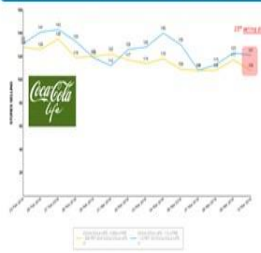
Scorecard Mensili



Verifica attività promo



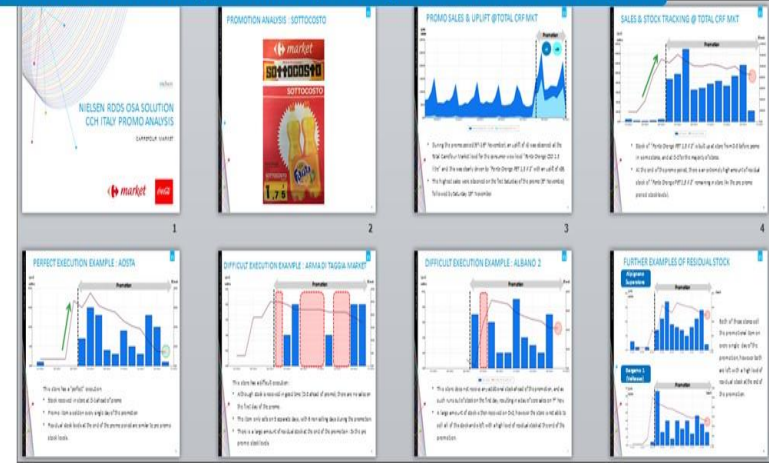
Analisi specifiche per pdv



Tracking giornaliero dell'esecuzione sul punto di vendita



Identificazione di opportunità per migliorare l'esecuzione pdv





OSA reporting



Invio settimanale a Sales promoter di zona con I dati della settimana precedente (referenze, quantità valore)

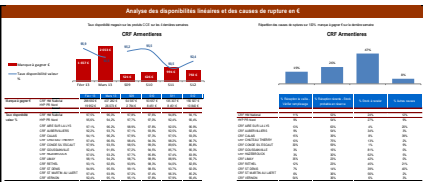


Fig 13 OOS - Récapitulatif par page 4 - % Causes ex-marque à page 4

Produit	Quantité	Montant	Produit	Quantité	Montant
1	100	1000	1	100	1000
2	200	2000	2	200	2000
3	300	3000	3	300	3000
4	400	4000	4	400	4000
5	500	5000	5	500	5000
6	600	6000	6	600	6000
7	700	7000	7	700	7000
8	800	8000	8	800	8000
9	900	9000	9	900	9000
10	1000	10000	10	1000	10000



Condivisione dei risultati sul pdv

"In store" OSA Meeting

Shelf Manager



Sales Manager



Si analizzano congiuntamente gli eventi di OOS con la rispettiva motivazione.
Report sia a quantità che a valore

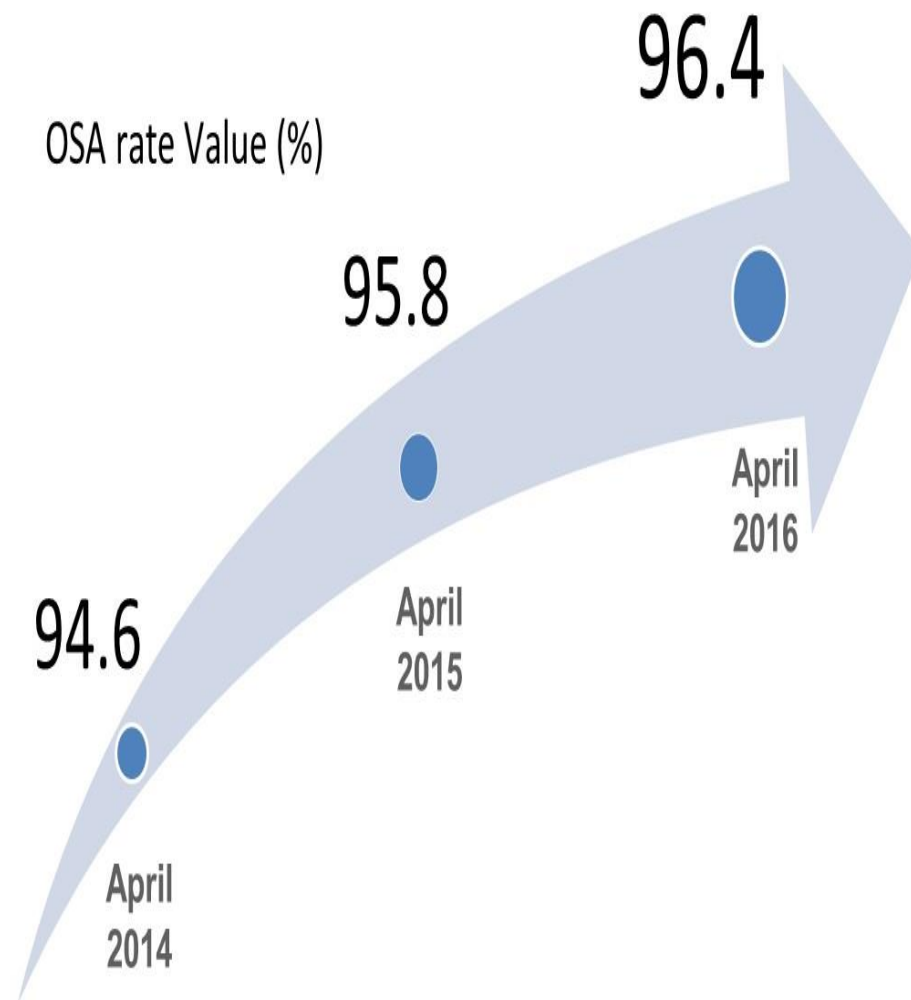


Azioni correttive

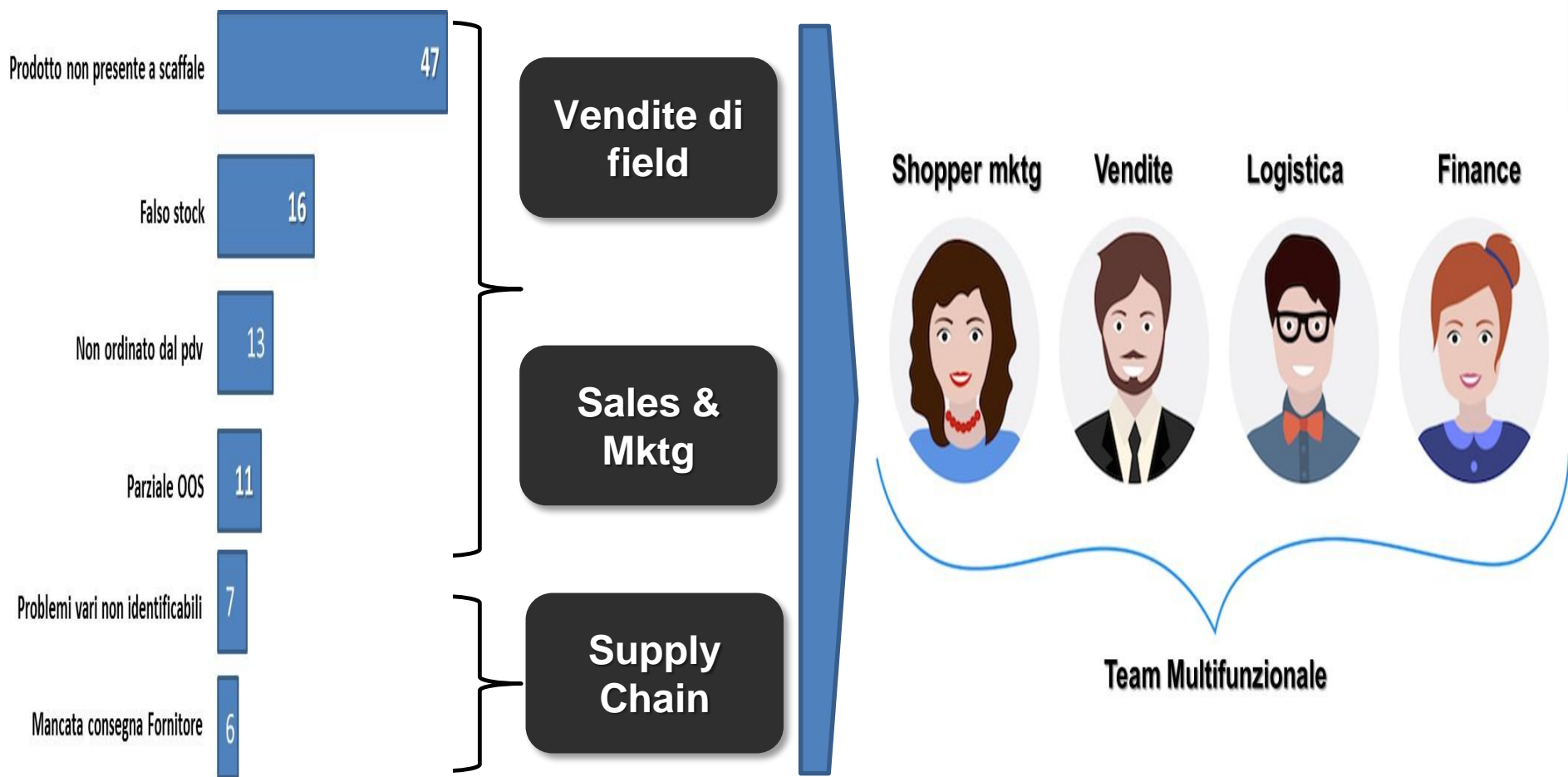


- 1 Si valutano gli stock a pdv
- 2 Si verifica il processo di riordino
- 3 Si concordano stock di sicurezza soprattutto in fase promozionale
- 4 Si velocizzano le attività di inserimento di nuove sku
- 5 Dove possibile si lavora sullo scaffale in base alle rotazioni

- I risultati confermano che **l'ultimo miglio** è il processo più critic
- La mancanza di prodotto a scaffale ed il falso stock sono le **motivazioni** più ricorrenti
- Le motivazioni sono **diverse** a secondo dei processi di riordino / flussi logistici
- L'aspetto positivo è che se c'è **collaborazione** i risultati vengono



Un'organizzazione dedicata e focalizzata



OSA: progetti e creazione di una cultura sul tema

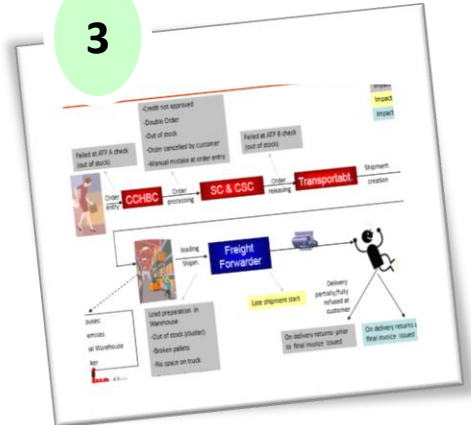


1



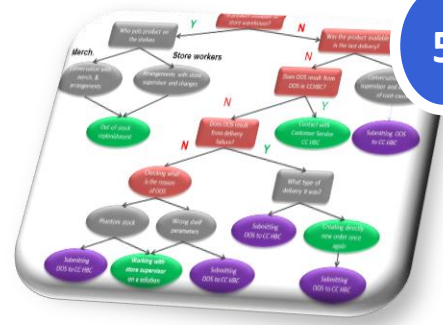
Azioni periodiche sul pdv

3



Revisione dei processi di Supply Chain

5



Tool e best practice



Coordinatore OSA

2



Progetti condivisi con i clienti

4



Pallet Pronta Vendita

6



Training cross funzionali per creare una cultura OSA

Spunti di riflessione sull'OSA



1

I progetti **OSA** sono un'opportunità per migliorare risultati di business sia del produttore che del distributore

2

La **Supply Chain** ha un ruolo chiave nel supportare il business con iniziative che vanno nell'ottica della riduzione degli OOS

3

Maggiore è la **collaborazione** tra Produttori e Distributori più efficaci sono le azioni di contrasto per combattere l'OOS

4

In generale l'adozione di strumenti e pratiche per ridurre gli OOS contribuiscono a **creare la cultura** dell'OSA nel sistema

Grazie per l'attenzione

