
SALES AND OPERATIONS PLANNING: TROVARE L'EQUILIBRIO TRA PRODUZIONE E VENDITE, ACQUISTI E FINANCE

BUSINESS SKILLS

DESCRIZIONE

Il classico problema della pianificazione è nel confronto i tempi di consegna richiesti dal cliente con i tempi di attraversamento del flusso produttivo. Le tecniche Lean incidono sui tempi di attraversamento, per ridurli e soddisfare le richieste del mercato. In molti sistemi produttivi, questa strategia non è possibile. I tempi di consegna dei fornitori, la gestione a progetto, i limiti tecnologici costringono frequentemente le aziende manifatturiere a doversi assumere dei rischi sulle strategie di acquisto e produttive, con impatti notevoli sulle scorte e sulla parte finanziaria. In queste condizioni la gestione classica della pianificazione ha delle dinamiche tipiche: La produzione e la supply chain sono costrette a prendere decisioni autonome sugli approvvigionamenti e sui piani produttivi, senza avere a disposizione una reale previsione di vendita. Le vendite non riescono ad avere dei tempi di consegna competitivi con il mercato. Le funzioni di supporto – ufficio tecnico, project management, installazione e collaudo – devono gestire frequenti urgenze. Non è possibile costruire strategie di lungo termine: la modalità d'azione è di tipo reattivo. Il controllo di gestione non ha visibilità sull'andamento futuro delle scorte e sul capitale immobilizzato.

PROGRAMMA

PROGRAMMA DIDATTICO:

I sistemi tradizionali di pianificazione della produzione e della domanda

- Il punto di disaccoppiamento
- La soluzione PUSH
- Limiti dei sistemi tradizionali
- Il Sales and Operations
- Gli scopi del S&OP
- Input ed Output
- Funzioni coinvolte

Il ruolo del Sales e il Demand Planning

- Consolidamento degli input di prodotto e product policy
- Demand planning e forecasting. I metodi oggettivi ed i metodi soggettivi: analisi di correlazione, regressione, analisi delle serie storiche; metodo Delphi, aggregazione dei dati.
- Forecast accuracy

Il ruolo della produzione

- Il Piano delle risorse e degli impegni: ambienti di simulazione, capacity planning
- La preparazione degli scenari ed il workload management
- Le strategie della produzione: livellamento, pianificazione, make or buy

Il ruolo degli Acquisti

- Il Piano degli acquisti: ambienti di simulazione
- La preparazione degli scenari
- Le strategie degli acquisti: scorte strategiche, open orders, metodi di pianificazione dei materiali, make or buy, valutazione e qualifica dei fornitori, consignment stock, lettere d'intenti.

Il ruolo di Finance e Controllo di gestione

L'Extended S&OP: il ruolo dei processi di supporto

- Le aziende a commessa: project management
- Engineering ed ufficio tecnico
- Gli altri enti: Bids, Installation and commissioning
- Il problema del workload management
- Le strategie applicabili

Come avviare un processo di S&OP

- La preparazione del campo
- La chiave: il demand planning
- La creazione del Workload
- La pianificazione nei vari enti
- Le regole di gioco: la matrice RACI
- L'approccio al S&OP meeting
- I KPI
- I piani d'azione

OBIETTIVI FORMATIVI

Gli obiettivi di un processo di Sales and Operations Planning sono:

- Consolidare la product policy
- Pianificare e condividere la domanda del mercato, per creare un forecast robusto, condiviso ed unico
- Soddisfare le richieste del cliente
- Ridurre i costi di produzione
- Ridurre le scorte e il working capital
- Gestire efficacemente il workload dei diversi reparti, anticipando le criticità
- Decidere collettivamente le strategie: è il TEAM a guidare

DESTINATARI

Direzione di Stabilimento, Direzione di Produzione, Direttori Acquisti, Direttori Commerciali, Direttori Generali, Direttori Finance e Controllo di Gestione.

DOCENTI

Docenti Faculty Assolombarda Servizi

NOTE

Il corso sarà trasmesso via Microsoft Teams, con la possibilità di partecipare via web o app con l'utilizzo di pc o smartphone.

I partecipanti iscritti riceveranno tutte le istruzioni di partecipazione e le slide del docente il giorno prima del corso.

Il corso non è video-registrato.

REQUISITI

- Pc o smartphone
- Buona connessione internet
- Microfono e webcam attivi

REFERENTI

DATE E PREZZI

Live Webinar - Corso posticipato da febbraio a maggio 2024.

Edizione di: Maggio 2024

Durata: 16 ore

Scheduling:

20/05/2024 dalle 9:00 alle 13:00

23/05/2024 dalle 9:00 alle 13:00

27/05/2024 dalle 9:00 alle 13:00

30/05/2024 dalle 9:00 alle 13:00

PREZZI:

Quota NON associato e privato: € 900.00 + IVA

Quota associato: € 750.00 + IVA

Sconto del 10% dal secondo partecipante

Erogato come **Webinar**