

EFFEBIQUATTRO SPA: Microsoft Dynamics AX

Il Cliente

Nel cuore del distretto brianzolo del mobile di design, che ha contribuito a fare grande il Made in Italy in tutto il mondo, è nata nel 1975 l'avventura imprenditoriale di EffeBiquattro, produttore di porte per interni.

La storia recente di EffeBiquattro è indissolubilmente legata alla creazione nel 2000 del marchio **Dilà**, un brand dalla forte personalità che unisce tecnologia e stile italiano. Il lavoro di progettazione svolto all'interno dell'azienda genera valore in tutte le fasi di vita di una porta: dall'idea al prototipo, dalla commercializzazione alla posa in opera e all'assistenza, lasciando al consumatore solo il piacere di scegliere e di installare la sua porta negli ambienti in cui abita e lavora.

Oggi EffeBiquattro è un'industria che ha fatto il salto nel nuovo millennio con le migliori credenziali: volumi in crescita e qualità senza compromessi, materie prime selezionate, tecnologia avanzata, praticità di installazione, ricerca nel design e massima libertà di personalizzazione per il cliente finale.

Dai complessi residenziali di Miami Beach ai grattacieli di Tokyo, passando per il Teatro alla Scala, le porte EffeBiquattro sono riconosciute in tutto il mondo.

Esigenze

Coniugare elevati standard di qualità con un contenuto progettuale ed estetico di spessore è per EffeBiquattro una sfida che si rinnova di anno in anno. Per vincere questa sfida occorre una visione industriale fatta di solide risorse, di comprensione della domanda e di una base tecnico-produttiva in grado di reggere la pressione di un mercato decisamente competitivo.

L'azienda ha capacità produttiva di 250.000 porte, con relativi sistemi di installazione, all'anno. Lo sviluppo e l'ingegnerizzazione dei flussi produttivi è uno dei fattori di successo nel settore. Un'efficiente capacità produttiva permette di ottenere riduzioni di costi e standard qualitativi non comuni nel settore del legno, che è caratterizzato da elevata artigianalità.

Questi vantaggi possono essere trasferiti ai clienti grazie a un ottimo rapporto qualità/prezzo. Si genera infatti un circuito virtuoso di aumento dei volumi e ulteriore industrializzazione del processo. È indispensabile, per non interrompere tale circuito, che l'azienda non disperda energie a inseguire domande marginali e fuori target, che farebbero scendere la marginalità e non darebbero ritorni di mercato.

Soluzione

Il progetto è stato condotto integrando la piattaforma tecnologica Microsoft Dynamics AX e la sua peculiare flessibilità con la messa a punto di processi critici per la realizzazione del circuito virtuoso. L'utilizzo della leva commerciale per indirizzare il cliente verso le scelte più economiche e razionali è uno dei punti della soluzione.

L'introduzione di gestione a prezzi lordi e scontistica ha portato a ottimizzare i volumi di vendita per famiglia di prodotti e a premiare gli acquisti in lotti e multipli di lotti, ottimizzati per la logistica. La gestione delle offerte cliente e la tracciatura con i motivi di vincita e perdita e la tracciatura

delle richieste di modifica di ordini in corso permettono di individuare e comprendere gli andamenti di mercato.

La verifica degli impatti sul processo produttivo di logiche di configurazione non ottimali mette a disposizione informazioni di costo, efficienza e qualità, che permettono una scelta più oculata del prodotto sia all'azienda che ai clienti. Infine la gestione a sistema del livello di servizio guida le priorità di evasione.

Benefici

Attraverso la ristrutturazione dei processi aziendali e il loro controllo con Microsoft Dynamics AX, è stata raggiunta una maggiore coerenza tra apparato produttivo e domanda del cliente. L'introduzione del configuratore fino a 6 livelli di distinta base nel processo di accettazione ordini, le nuove logiche di scontistica, la tracciatura delle modifiche richieste in corso d'opera e le altre novità introdotte hanno permesso di individuare immediatamente le richieste non razionali e non efficienti e di guidare i clienti verso soluzioni che soddisfacessero comunque le loro esigenze, ma fossero anche più efficienti e perciò più economiche.

Vi sono poi dei vantaggi ausiliari ottenuti con l'implementazione del nuovo sistema, soprattutto legati a una gestione efficiente dell'informazione aziendale e ad un conseguente impiego più efficace delle persone addette al back office.

Infine l'introduzione del Customer Demand Planning per Microsoft Dynamics AX ha permesso di razionalizzare ulteriormente la domanda cliente, individuando le tendenze di fondo principali e potendo così predisporre per tempo l'apparato produttivo più efficiente, molto prima che l'ordine del cliente arrivi in azienda.