

CONSUMER GOODS | SOURCING,
CONTRATTI, ANALISI DELLA SPESA

Unilever aumenta visibilità e controllo sulla categoria di spesa più imprevedibile



Profilo Cliente

Ogni giorno 2,5 miliardi di persone usano i prodotti Unilever per stare bene, curare il proprio aspetto e ottenere di più dalla vita. Con oltre 400 marchi che vengono acquistati in 190 paesi, Unilever ha realizzato un fatturato di 53,7 miliardi di euro solo nel 2017. Tredici dei suoi marchi generano un fatturato di oltre un miliardo di euro. Con headquarter a Londra e Rotterdam, l'azienda ha un unico consiglio di amministrazione e quattro divisioni principali: Foods, Refreshment (bevande e gelati), Home Care e Beauty & Personal Care.

“Ciò che è veramente vantaggioso è avere visibilità istantanea sulla spesa effettiva rispetto a quella pianificata, in tutti i nostri contratti scoprendo, ad esempio, se stiamo spendendo molto di più o molto di meno con un determinato trasportatore”

Srestha Dutta, Global Process &
Technology Senior Manager

Inoltre, Unilever possiede strutture di ricerca e sviluppo in Cina, India, Paesi Bassi, Regno Unito e Stati Uniti e opera per il 57% del proprio business nei mercati emergenti.

Le Sfide

La collaborazione di Unilever con JAGGAER risale al 1998 con il Transportation Business Center (TBC) in Nord America, ed è tuttora focalizzata su una delle categorie di sourcing e gestione dei contratti più impegnative nell'ambito degli acquisti: i servizi di trasporto e logistica. Negli ultimi anni JAGGAER ha supportato Unilever in diverse iniziative di sourcing, tra cui quella per le spedizioni refrigerate di gelati in Nord America, che ha generato un risparmio a otto cifre.

In questa categoria i contratti sono molto dinamici perché ci sono molte parti in gioco. “Lo scenario di un medesimo contesto può cambiare completamente da un anno all'altro. E questo è un aspetto che va considerato anche nella definizione dei modelli di gratifica. Inoltre, considerate le inevitabili limitazioni





di capacità dei vettori e la complessità delle gare d'appalto, è fondamentale tenere conto di opzioni di fornitura alternative e di relazioni di backup preferenziali”, spiega William Robinson, Engagement Manager di JAGGAER. “Categorie dinamiche come i servizi di trasporto presentano un’evoluzione costante e continua, che rende estremamente importante poterne tracciare performance e conformità nel tempo tramite cruscotti di analisi (dashboard); senza questi strumenti sarebbero molto difficili da gestire”, ha aggiunto.

La Soluzione

Claire Blake, Team Lead, Professional Services EMEA, spiega perché JAGGAER è in una posizione ideale per soddisfare i requisiti di Unilever: «Il Logistic Business Center di Unilever, che utilizza diversi moduli sottesi dalla soluzione JAGGAER ONE, è in grado di offrire ai clienti suite specifiche per la categoria trasporti, che gestiscono e coprono specifiche esigenze di approvvigionamento avanzato end-to-end, dalla gestione di contratti e tariffe ai

processi approvativi a matrice complessa, ai workflow in materia di compliance e così via, oltre alle integrazioni inbound e outbound. Possiamo costruire soluzioni di analisi scalabili e robuste, testarle e implementarle in diverse aree geografiche in tempi brevi.»

Robuste dashboard di analisi

Nel 2019 l’azienda ha deciso di avviare un progetto per implementare dashboard globali per le attività di sourcing e gestione dei contratti. L’obiettivo era fornire agli utenti finali la possibilità di avere un quadro completo dell’ambito loro assegnato. Con più team aziendali operanti in tutto il mondo, il TBC rappresenta una fonte di informazioni integrate su appalti e pagamenti, che ha fornito una solida base per lo sviluppo della soluzione di analisi. Tuttavia, il modo con cui i dati vengono raccolti presenta leggere differenze nei diversi paesi, ponendo una ulteriore sfida all’integrazione.

Tutte le informazioni sui contratti e i dati contenuti nel database TBC JCS di Unilever, le informazioni provenienti dal sistema di

pagamento, nonché tutti i dati generati dai flussi di lavoro gestiti dai moduli Sourcing e Contracts, sono integrati nelle dashboard di analisi della soluzione JAGGAER. I report vengono poi presentati in Tableau.

Le dashboard, implementate attraverso il modulo JAGGAER Spend Analytics, rispondono a una serie di requisiti essenziali, guidando l'utente finale attraverso un percorso di comprensione dei dati nelle diverse aree funzionali. Hanno una portata globale, che copre tutti i territori al di fuori dell'Europa, consentendo agli utenti di avere una rapida visione d'insieme, per poi approfondire facilmente particolari aree di interesse, ad esempio per team, cluster, portafoglio, mercato e modalità di trasporto (ad es. aerea, intermodale, stradale a carico parziale o a pieno carico, marittima, ferroviaria e stoccaggio).

Le dashboard di Sourcing rispondono a tutte le domande relative alle attività di sourcing di Unilever fornendo una vasta gamma di utili informazioni e approfondimenti sulle forniture e sulle attività di engagement dei fornitori come RFI, RFP e aste, andando ben oltre le visualizzazioni standard per offrire analisi di dettaglio, ad esempio su variazioni o processi e attività che potrebbero essere ulteriormente ottimizzati. I cruscotti di analisi offrono risposte a domande tipo:

- ➔ Quante RFQ sono state completate?
- ➔ Quanti eventi (RFQ) sono stati svolti per divisione/località/categoria/evento/round?
- ➔ Qual è il numero medio di scenari in una RFQ?
- ➔ I fornitori stanno ricevendo business?

I Contract Manager e gli amministratori di Unilever possono ora fruire di informazioni utili a formulare strategie di offerta per massimizzare i risparmi di categoria e pianificare la pipeline. L'utente finale può trovare risposte fondamentali come il numero totale di eventi, i fornitori coinvolti e il loro livello di partecipazione. Tutto questo può essere fatto a colpo d'occhio utilizzando schermate e report standard, come la dashboard delle attività, la panoramica degli eventi e il report di implementazione

Una miniera d'oro di informazioni

“Scavando più a fondo in questa miniera di informazioni, gli utenti possono acquisire una maggiore comprensione e nuovi insight su ciò che funziona bene e su quello che invece non va così bene, per elaborare strategie e azioni correttive a partire da intuizioni basate sui fatti”, spiega Srestha Dutta, Global Process & Technology Senior Manager di Unilever. Le Contrats Dashboard forniscono una serie di reportistiche sui contratti e sul loro utilizzo, suddivisi per dimensione. Questa visibilità genera un grande vantaggio permettendo a manager e amministratori di individuare i contratti che non vengono utilizzati in modo ottimale e i fornitori ad essi associati. Ovvero, offre loro dati affidabili per decidere come agire. Tra le principali domande che vengono poste vi sono, ad esempio: quali sono i tempi di approvazione o di esecuzione dei contratti? Quanti contratti scadranno a breve e in quali categorie? Qual è la distribuzione dell'utilizzo del contratto con un'approssimazione del 10%? Qual è l'utilizzo del contratto per categoria per le prime dieci categorie (o i primi dieci fornitori)? Dando risposta a queste e altre domande simili, l'utente può andare a fondo sui contratti e i fornitori che richiedono azioni

correttive, ad esempio intercettando problemi come un utilizzo insufficiente o eccessivo di un contratto con un certo fornitore su una specifica tratta. Anche in questo caso l'analisi multidimensionale consente agli utenti Unilever di poter filtrare i dati secondo diverse aree di interesse. "Il bello del sistema è che si può fare tutto questo in modo rapido e semplice, sia cliccando su un grafico nella dashboard, sia utilizzando le opzioni di filtro integrate nell'interfaccia nella parte superiore di ogni dashboard, aggiunge Srestha Dutta.

Il Futuro

Una leva in più per la prossima negoziazione

"Ciò che è veramente vantaggioso è avere visibilità istantanea sulla spesa effettiva rispetto a quella pianificata, in tutti i nostri contratti scoprendo, ad esempio, se stiamo spendendo molto di più o molto di meno con un determinato trasportatore" aggiunge Srestha Dutta.

Con queste informazioni, Unilever può continuamente valutare la relazione con i fornitori ed essere in una posizione migliore nelle fasi negoziali a venire. Le dashboard infatti, aiutano a individuare quali sono le aree in cui vi è un'eccessiva frammentazione dei fornitori, individuando ulteriori opportunità di consolidamento.

«Nella categoria dei trasporti e della logistica esistono infinite variabili e circostanze imprevedibili. Pertanto, la capacità di individuare dove la gestione dei contratti sta andando come previsto, o viceversa, dove sta andando fuori strada a causa di un sotto o sovra utilizzo è un vero vantaggio. Prevediamo che le dashboard JAGGAER saranno sempre più utili per la pianificazione della pipeline e per la costruzione delle strategie di offerta, consentendoci di invertire l'erosione dei risparmi e di ottenere un miglior rapporto qualità-prezzo dai nostri fornitori di trasporto e logistica», conclude Srestha Dutta.

Americas

+1 919 659 2600
sales@jaggaer.com

Italy

+39 02 210 512 1
infosoluzioni@jaggaer.com

MEA

+9714 360 1300
info-mena@jaggaer.com

APAC

+61 (2) 8072 0644
apac_sales@jaggaer.com