



CASE STUDY

DAS POTENZIAL

- VEREINHEITLICHUNG DER ABSATZPLANUNG IN DEN VERKAUFSEINHEITEN EUROPAS UND DEN USA
- UNTERSTÜTZUNG DER PROZESSABWICKLUNG MIT HILFE EINES WERKZEUGES ZUR:
 - AUTOMATISIERUNG UND VEREINFACHUNG EINIGER DERZEIT MANUELL DURCHGEFÜHRTER TÄTIGKEITEN
 - VERKÜRZUNG DES ZEITAUFWANDES FÜR DIE FORECAST-ERSTELLUNG
 - ANALYSE VON ALTERNATIVEN WÄHREND DES PROZESSES
 - EINBEZIEHUNG DES VERTRIEBS IN DEN PLANUNGSPROZESS
 - KONSOLIDIERUNG VON FORECAST UND BUDGET

DIE ANTWORT VON TXT E-SOLUTIONS

- DEMAND PLANNING



Lavazza

LAVAZZAS WAHL: ABSATZPLANUNG MIT TXT

UNTERNEHMENSPROFIL

Gegründet 1895 von Luigi Lavazza, ist der Komma nach Lavazza richtig? heute im Bereich Röstung und Verkauf von Kaffee eine der wichtigsten internationalen Firmen mit einem Jahresumsatz von 803 Millionen Euro (Jahr 2004).

Lavazza ist mit 46% Marktanteil (nach Nielsen) führend im italienischen Retail-Sektor. Als größtes, ausschließlich Kaffee produzierendes Unternehmen der Welt ist Lavazza zudem in den Sektoren Retail, Away-from-Home und Self Service/Automaten global präsent.

Im Ausland werden dank eines dichten Händlernetzes und sieben eigenen Niederlassungen in Frankreich, Großbritannien, Österreich, Deutschland, Spanien, Portugal und den USA insgesamt 37,5% des Umsatzes erwirtschaftet.

SUPPLY CHAIN KONTEXT

Das Aroma und die Qualität des italienischen Espressos in die Welt hinaus tragen: dies war und ist stets das oberste Ziel von Lavazza.

Aber welche Komplexität verbirgt sich hinter dem Kaffee, den wir jeden Morgen trinken?

Vom Einkauf bis zum Vertrieb lenkt Lavazza ein umfangreiches und weit verzweigtes Liefernetzwerk.

Die rohen Kaffeebohnen - erstanden an der New Yorker und Londoner Börse und geliefert aus vielen verschiedenen Ländern Süd- und Mittelamerikas, Afrikas, Indiens, Südostasiens - werden einer strengen Auswahl unterzogen.

Die Produktion, in der jährlich mehr als 100.000 Tonnen Kaffee in über 350 Varianten geröstet werden, erfolgt ausschließlich an vier italienischen Standorten – darunter in der bekanntesten und größten Anlage Europas mit 73.000qm Fläche in Turin. Daran schließt sich das riesige Vertriebsnetz aus Einzelhändlern und Niederlassungen in über 80 Ländern an, insgesamt werden jährlich weltweit 14 Milliarden Tassen Lavazza-Kaffee getrunken.

DIE HERAUSFORDERUNG VON LAVAZZA

Die Antwort Lavazzas auf ein derart komplexes Szenario heißt kontinuierliche Innovation.

Je nach Land stark unterschiedliche Absatztrends – weil der Kaffeekonsum

“Die Erneuerung der Absatzplanung ist eine strategische Entscheidung, die es uns ermöglicht, den Prozess in den italienischen und ausländischen Vertriebsorganisationen zu vereinheitlichen, wobei eine gemeinsame Grundlage und ein besser strukturierter Prozess der kooperativen Planung entstanden sind. Damit werden die Qualität der bereichsübergreifenden Kommunikation, die Leichtigkeit des Zugangs zu Informationen und die Forecast-Genauigkeit verbessert.”

Renato Baldo, IT-Direktor von Lavazza

auch Teil der Kultur ist – aber auch über die Jahre entwickelte Produkttypologien und Gewohnheiten des Kaffeegenusses haben zur Entwicklung eines sehr dynamischen Marktes beigetragen und im Unternehmen ein großes Interesse an Themen wie Supply Chain Management und Absatzplanung geweckt.

Lavazza, seit jeher fortschrittlich in IT-Fragen, hat die Notwendigkeit einer Anpassung der Software-Infrastruktur zur Unterstützung der Absatzplanungsprozesse erkannt.

WARUM TXT?

Demand Planning von TXT ist die Antwort auf Lavazzas Suche nach einem Werkzeug, welches Vollständigkeit im Hinblick auf den benötigten Funktionsumfang und Anwenderfreundlichkeit vereint. Richtungsweisend für die Auswahl war TXTs führende Position auf dem italienischen Markt und die Befähigung zu internationalen Projekten.

Das Vertrauen auf die Software-Entwicklungsgesellschaft bot Lavazza die Teilhabe am Know-How der TXT-Mitarbeiter, um Technologie und Prozesse gleichzeitig erneuern zu können, genauso wie die Garantie einer höheren Flexibilität und Reaktionsgeschwindigkeit beim Support.

DIE LÖSUNG

Demand Planning, die Software-Lösung von TXT zur kooperativen Absatzplanung, umfasst Prognose, Planung der Verkaufsförderung und Konsolidierung des Vertriebsbudgets.

Die Strategie von Lavazza sieht einen

ehrgeizigen Plan des internationalen Roll-Outs vor: In der ersten, jetzt schon fortgeschrittenen Phase werden die Forecast-Funktionen der Lösung freigegeben, auf die in der zweiten Phase die Aktivierung der Vertriebsbudget-Funktionen folgt.

In das Projekt involviert sind alle Vertriebsorganisationen Europas und der Vereinigten Staaten mit über 20 Anwendern in der Planungsabteilung. Die Lösung stellt dem Planer ausgereifte Werkzeuge zur Erstellung qualitativ hochwertiger Prognosen - basierend auf historischen Daten, aktuellen Verkaufszahlen und Zusatzinformationen aus dem Vertriebsnetz - bereit. Techniken zur Übertragung von Absatzprofilen auf ähnliche Produkte erlauben das Forecasting auch für absolut neue Produkte. Die Lösung macht einen Prozess der kooperativen und rollierenden Absatzplanung möglich, d.h. durch monatliche Revision der Planung auf Basis permanent aktualisierter Vertriebsdaten

wird die Genauigkeit der Prognose Durchgang für Durchgang erhöht. Weiterhin ist es mit Demand Planning möglich, Absatzvolumen und Umsatz gleichzeitig zu bewerten, indem die Absatzprognose mit dem Vertriebsbudget korreliert wird. Durch das Projekt haben die verschiedenen Vertriebsorganisationen die Absatzplanung zu einem gemeinsamen, einzigartigen Vorgehen vereinheitlicht. Dies hat, wie von Lavazza erwartet, positive Auswirkungen auf Kommunikation und Synergien zwischen allen beteiligten Einheiten, den einfachen Zugang zu Informationen und im Endeffekt auf Forecast-Genauigkeit und Planungszeitaufwand.

