



Link: <https://www.foodweb.it/2020/04/come-aumentare-le-vendite-nel-food-beverage-grazie-al-plm/>

16 aprile 2020

Come aumentare le vendite nel food & beverage grazie al PLM

E' ormai acquisito che il Product Lifecycle Management migliori la qualità e l'efficienza produttiva, ma spesso non ci si sofferma abbastanza sui vantaggi del PLM sul fronte delle vendite. Eppure parlare di PLM come strumento a supporto delle vendite del settore alimentare non è un'eresia. Anzi



Il **Product Lifecycle Management (PLM)** integra, a livelli non pensabili in passato, i diversi processi coinvolti nella gestione del ciclo di vita di un prodotto. Grazie a questa integrazione i processi diventano più efficienti.

Se pensiamo al ciclo che va **dall'idea di un prodotto alimentare al suo posizionamento sullo scaffale**, ci rendiamo conto che tutta l'azienda alimentare è protesa a rendere più efficiente ed efficace questo processo: marketing strategico, ricerca e sviluppo, qualità, acquisti, industrializzazione, costing di prodotto, gestione cespiti, logistica, produzione, ecc.

Insomma per moltissimi attori in azienda è prioritario "**centrare il prodotto giusto**" per un consumatore che si evolve velocemente, e farlo in anticipo rispetto al resto del mercato. Ma quali sono i punti di attenzione? Sicuramente sono fattori importanti la **corretta selezione delle idee, un processo "agile" per capire se servono svolte o accelerazioni, il controllo di avanzamento della ricerca e sviluppo con un monitoraggio continuo** sulla corretta direzione rispetto allo scopo iniziale della idea da sviluppare, il **costo delle materie prime** e del processo di lavorazione a standard, ma anche le **normative**, l'output di **valori nutrizionali** calcolato per l'etichetta, i claim che possiamo inserire sul prodotto. Sono molte e sparse su diversi enti le **informazioni necessarie** per supportare tutte le valutazioni di cui sopra. E questo si traduce in un freno e un ostacolo all'efficienza.

Un ulteriore importante capitolo riguarda tutti i prodotti private label: strategico è cogliere

correttamente le **specifiche dei prodotti da sviluppare**, calcolare in anticipo gli output delle prove della ricerca e sviluppo, monitorare la previsione del costo di tali prodotti e, ultimo ma non ultimo, poter consegnare il tender/prodotto entro la data richiesta dal cliente.

Tutto questo si ottiene con una **corretta ed efficace integrazione dei processi e degli attori coinvolti nel ciclo di vita del prodotto**. Qualcuno potrebbe dire che già gli ERP consentono una condivisione cross-funzionale delle informazioni e quindi la collaborazione tra i vari reparti/settori. Vero, ma solo con il PLM è possibile tenere sempre sotto controllo tutte le informazioni di prodotto (dall'idea allo scaffale).

Il PLM infatti consente:

- visibilità in tempo reale su tutti i progetti di innovazione ed i processi sottostanti
- piena visibilità sui dati tecnici (specifiche di prodotto) e sulle certificazioni dei fornitori ai fini del controllo qualità
- migliore conformità agli standard di riferimento

Ma non solo. Il PLM fornisce importanti **indici di performance (KPI)** per fare le scelte giuste, al momento giusto. Uno strumento imprescindibile per il management.

PLM A SUPPORTO DELLE VENDITE – COME?

Lo dicevamo all'inizio di questo articolo. **Il PLM aiuta ad aumentare le vendite**. In parte abbiamo già toccato aspetti che indirettamente rappresentano un importante volano per le vendite. Ma c'è di più. Il PLM supporta la creazione di **prodotti in linea con ciò che il nostro target desidera**, ovvero con la coerenza, i costi e la qualità che i consumatori si aspettano.

Inoltre, **il PLM riduce il time to market**, una criticità per moltissime aziende. Infatti il PLM riduce tempi e costi di tutti i processi che vanno dalla progettazione allo scaffale, **automatizzando e ottimizzando il più possibile ogni passaggio**. Rende quindi la catena del valore più efficiente e snella e riduce i tempi per la commercializzazione del prodotto.

Ogni persona coinvolta in questi processi può beneficiare degli effetti del **product lifecycle management**, anche la forza vendita.

Questo contenuto vi è stato offerto da [Sinfo One](#)

© Riproduzione Riservata