

# Mobile & Wireless Business – caso GranPolli

---

## Obiettivi del caso

---

- 1) Identificare gli impatti delle due applicazioni nello specifico contesto per cui sono state sviluppate
- 2) Identificare gli impatti derivanti dall'applicazione sinergica e integrata delle due applicazioni
- 3) Individuare le principali criticità presenti in un progetto come quello di GranPolli

## Caso GranPolli

---

GranPolli è una delle principali produttrici Europee di carni avicole, con un fatturato di ca 950 mln di €. La sua filiera è completamente integrata, ed è composta da Allevamenti, 7 Mangimifici, 4 Incubatori di uova, oltre 25 Stabilimenti produttivi (macellazione e confezionamento) ed una rete distributiva articolata su due livelli, con 40 magazzini periferici serviti da 5 Centri di Distribuzione (Ce.Di.) legati ai centri produttivi più grandi.

L'area commerciale si divide in cinque canali distributivi. Il principale (che copre circa il 30% del fatturato) è il canale al dettaglio, che prevede la vendita diretta attraverso agenti distribuiti su più filiali. Gli agenti per questo canale, i più numerosi, sono circa 10 per ogni filiale, per un totale di 350 agenti sul territorio. Altri canali sono la GDO (circa il 30% del fatturato) ed il canale ingrosso (13% circa). La parte rimanente delle vendite avviene attraverso filiali o intermediari che servono l'export (13% circa) e la ristorazione (13% circa).

Nel 2005 GranPolli ha implementato il WiFi per la gestione delle attività di handling nei 5 Ce.Di. attraverso palmari collegati in rete al sistema gestionale. L'applicazione supporta le varie fasi della gestione del magazzino: dall'inserimento dei codici dei prodotti in ingresso, nel gestionale, all'assegnazione di un posto nel magazzino, all'elaborazione delle picking list (liste di prelievo prodotti per la formazione di un ordine), alla preparazione delle liste di viaggio.

L'introduzione del WiFi ha portato a cambiare varie attività del magazzino, tra cui quelle di movimentazione della merce, che precedentemente erano tutte gestite tramite liste in formato cartaceo.

L'applicazione mobile supporta non solo gli addetti alla messa a stock – trasmettendo le liste di deposito direttamente sul dispositivo palmare e consentendo la spunta dei prodotti processati tramite il lettore ottico integrato – ma anche gli addetti al prelievo. A seguito dell'introduzione dell'applicazione mobile, gli ordini acquisiti dai diversi canali vengono infatti processati dalla sede centrale e inoltrati ai gestionali dei diversi Ce.Di., che si occupano di costruire le picking list. Queste vengono visualizzate sui terminali degli addetti del magazzino che, durante i prelievi, leggono con uno scanner ottico i codici a barre dei prodotti prelevati, comunicandoli in tempo reale al gestionale.

Presso il reparto di prezzatura, attiguo all'area del prelievo, sono state inserite delle macchine peso-prezzatrici per l'etichettatura prodotti al momento della preparazione del carico. All'atto del consolidamento dell'ordine, infine, gli addetti stampano le liste di viaggio preparate dal software gestionale consegnandole ai trasportatori.

GranPolli, più recentemente, ha anche introdotto una applicazione di Sales Force Automation che prevede l'utilizzo di terminali portatili<sup>1</sup> per l'acquisizione degli ordini da parte degli agenti di vendita e la trasmissione in tempo reale alla sede centrale aziendale attraverso una scheda di rete

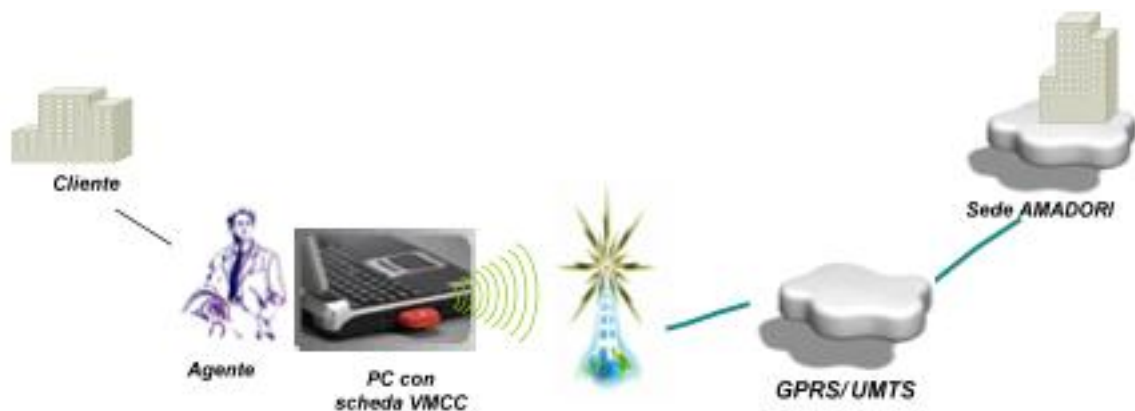
---

<sup>1</sup> I device utilizzati sono dei notebook dotati di monitor a 15" e scheda di trasmissione dei dati

UMTS/GPRS<sup>2</sup>. L'applicazione viene usata solo nel canale al dettaglio dagli agenti commerciali dislocati nelle varie filiali.

Prima dell'introduzione di questa applicazione l'agente di vendita si recava dai clienti e segnava i dati principali dell'ordine su un form cartaceo. La sera tornava in sede, o a casa, e, su postazione fissa, effettuava il data entry degli ordini acquisiti per aggiornare il sistema e completare l'ordine tramite i vincoli commerciali e i dati aggiuntivi.

Nel processo attuale l'agente ha a disposizione tutti i dati dei listini (2000 codici) e giacenze di magazzino aggiornati sul proprio dispositivo, in qualsiasi momento della giornata ed in qualsiasi luogo (a meno di una mancanza di copertura di rete). Può così compilare l'ordine insieme al cliente e lo manda ai CeDi in tempo reale. In questo modo gli ordini (ca 5.000/gg), gli incassi e i dati sui nuovi clienti sono elaborati ogni 5 minuti dal sistema centrale. L'applicazione ha inoltre abilitato queste funzionalità non disponibili precedentemente: 1) consultazione delle attività promozionali attive; 2) gestione di scontistiche complesse (es. compri art A e B insieme allora ...); 3) informazioni di ritorno relative all'evasione dell'ordine; 4) comunicazione giornaliera via mail sui risultati delle vendite e sulle situazioni dei pagamenti.



*Figura 1: Lo schema dell'infrastruttura dell'applicazione di Mobile Sales Force Automation*

<sup>2</sup> La capacità di trasmissione media di una rete UMTS è di ca 100kbps