

VALUE FLOW ®
DISTRIBUTION FLOW
- INDÚSTRIA

2020

ÍNDICE

1. Porquê o Distribution Flow?	3
2. O mercado-alvo da solução Distribution Flow	4
3. Problemas comuns endereçados pela solução Distribution Flow	5
4. Caraterísticas da solução Distribution Flow	6
5. O pulo do gato	7
6. Resultados	9
7. Pressupostos	10

1. PORQUÊ O DISTRIBUTION FLOW?

Esta é a solução que garante um extraordinário desempenho da sua fábrica (e toda a cadeia de distribuição até ao retalho), no que se refere à disponibilidade dos produtos. Tendo por base a unificação de várias escolas de pensamento já testadas, toda a sequência dos trabalhos está desenhada de modo a que cada fase implementada produza resultados de imediato. Eis o nosso mote:

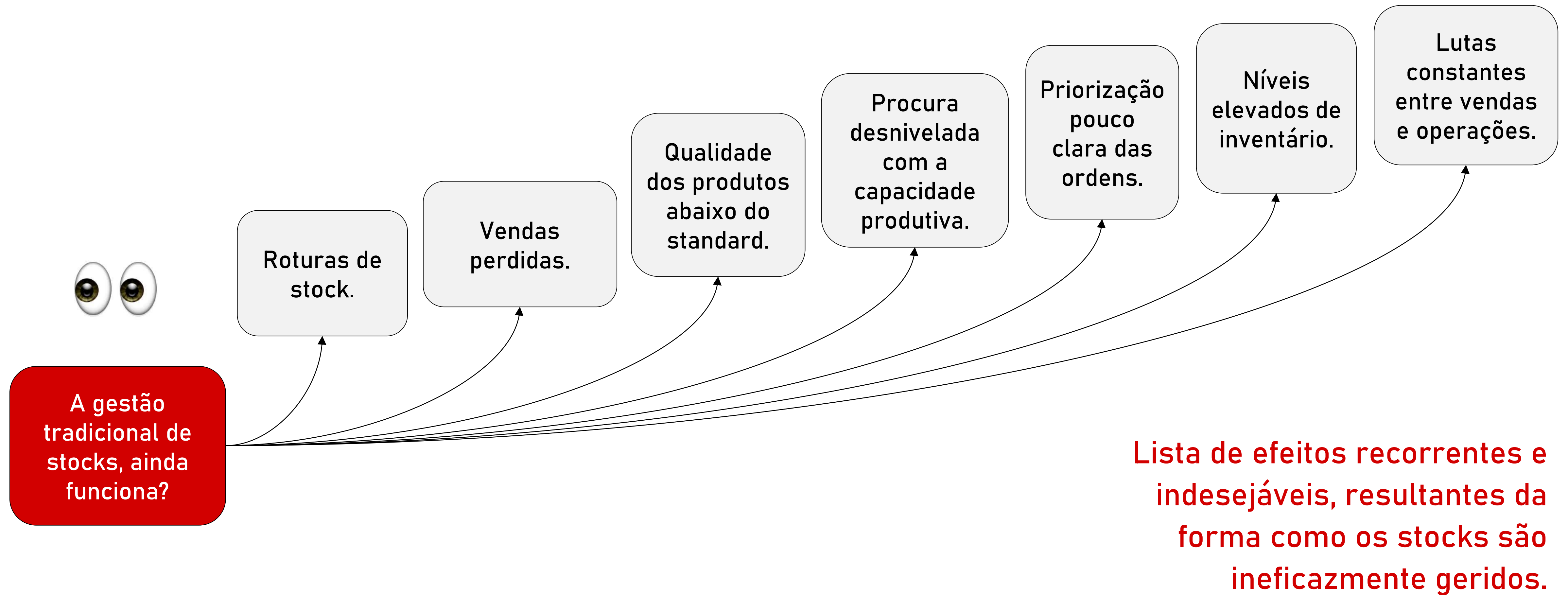
Aumentar a disponibilidade (vendas) enquanto se reduz o inventário é o que se pretende, mais e mais em qualquer cadeia de distribuição, pois está-se a afetar duplamente a métrica primária deste negócio, isto é, a rotação de inventários.

A disponibilidade de um produto é uma necessidade primária do consumidor e é a mais valorizada. Só quando o consumidor final compra é que todos os elos da cadeia fazem dinheiro.

2. O MERCADO-ALVO DA SOLUÇÃO DISTRIBUTION FLOW

- 🌀 Empresas que têm no core a manufatura de artigos para stock, para posterior venda a partir dos canais de distribuição.
- 🌀 Produtos em que a tolerância de espera do cliente é inferior ao seu tempo de produção (ambiente Make-to-Stock).
- 🌀 Empresas que pretendem melhorar fortemente o seu desempenho financeiro, sem recorrer a investimento.
- 🌀 Empresas que querem desafiar o *status quo* (e com isso adquirir uma cultura empresarial que produz resultados).

3. PROBLEMAS COMUNS ENDEREÇADOS PELA SOLUÇÃO DISTRIBUTION FLOW



4. CARATERÍSTICAS DA SOLUÇÃO DISTRIBUTION FLOW

Fase I	São criadas as competências internas à empresa que permitirão posicionar a mesma, no mercado, com uma decisiva vantagem competitiva - algo que todas as empresas desejam, mas muito poucas conseguem. O objetivo da fase é atingir níveis de disponibilidade na ordem dos 99% e com tempos de execução 50% inferiores aos valores atuais. Implementa-se ainda um sistema de melhoria contínua a partir das melhores práticas de Lean Six Sigma, para aumentar a qualidade e libertar capacidade das operações.
Fase II	Capitaliza-se as competências anteriormente criadas, a partir da identificação dos segmentos de mercado que mais valorizam esta oferta da 'rotação do inventário'. Todo o processo de vendas precisa ser reestruturado As principais áreas envolvidas são, por isso, o marketing e as vendas.
Fase III	Cria-se um mecanismo que sustente o crescimento das vendas, para que as operações não voltem a ser a restrição da empresa. O modo como se adiciona capacidade à empresa torna-se num ponto crucial se quisermos privilegiar um crescimento sustentado. No final desta fase estende-se o sistema de melhoria contínua a outras áreas não produtivas.
Fase IV	Pretende-se ganhar muito mais com toda a base já criada nas primeiras três fases (para mais informação contactar-nos diretamente).

5. O PULO DO GATO

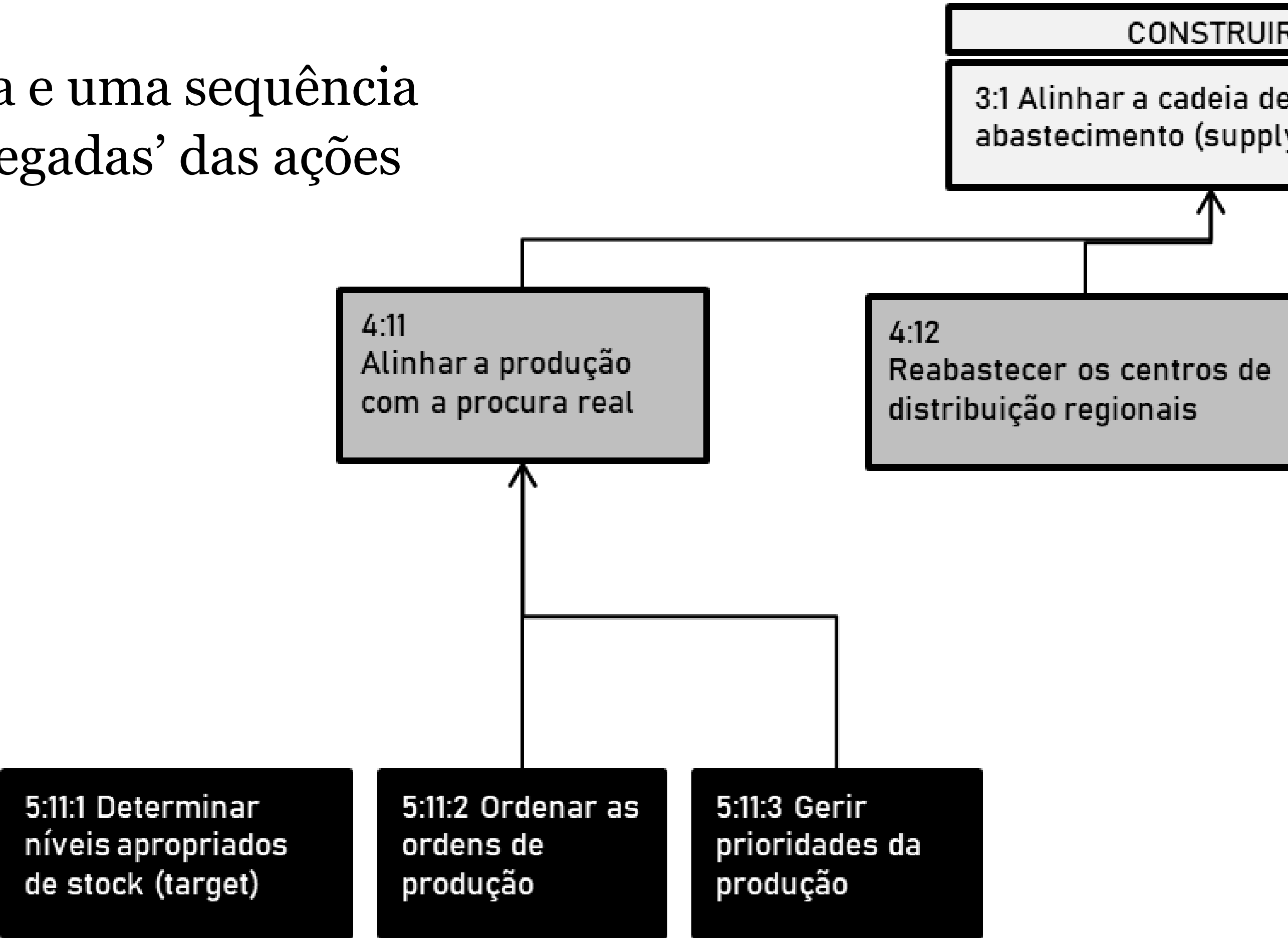
MACRO ATIVIDADES		MÊS 1	MÊS 3	MÊS 6	MÊS 9
1.	Alinhamento da gestão de topo, a partir de um workshop estratégico.	➤			
2.	Definição dos termos e condições com o Cliente.*	➤			
3.	Definição dos meios de suporte à iniciativa.	➤			
4.	Realização dos workshops da fase respetiva. **		➤➤➤➤➤		
5.	Reuniões de coaching, follow-up e pontos de situação da iniciativa.		➤➤➤➤➤		

* À luz contratual, as fases são módulos independentes - o Cliente tem liberdade de escolha.

** Cada fase é composta (em média) por 5 Workshops de 3/5 dias cada e a tempo inteiro. Cada workshop tem sempre uma componente de formação e uma implementação blitz do que foi acordado. O líder (champion) da iniciativa é um Top Manager, que participa ativamente nos workshops. Os workshops estão profissionalmente documentados, para que o risco de insucesso seja mínimo. A sequência de implementação da solução via workshops é um modelo testado e comprovado.

5. O PULO DO GATO

A implementação da solução segue uma estrutura e uma sequência específica de passos lógicos que permite ver as ‘pegadas’ das ações presentes e futuras. Explicita-se em cada caixa, o porquê de se querer tomar cada ação e numa sequência específica comunicando-se assim eficazmente toda a iniciativa à empresa, minimizando a resistência à melhoria. A árvore de estratégia e tática (STT) Distribution Flow é ainda desdobrada em checklists standard que ajudam a responder se uma determinada ação (caixa) está ou não terminada.



Excerto de uma parte da STT, para a fase I.

6. RESULTADOS

- Criação de uma indiscutível vantagem competitiva (algo que a maioria da concorrência não consegue igualar).
- Disponibilidade dos SKU de 99% - menos roturas de stock.
- Aumento considerável do lucro líquido e rotação do inventário.
- Mais liquidez de caixa e menos inventário.
- Aumento da quota de mercado.
- Forte alinhamento das pessoas no sentido *top-down* e *bottom-up*.
- Nova forma de pensar e de olhar para o negócio.
- Primeiros resultados ao fim de 2 meses.

7. PRESSUPOSTOS

- Nível elevado de maturidade dos participantes (reconhecimento de que os resultados estão abaixo das expectativas e a instabilidade vivida no dia-a-dia é insustentável).
- *Assessment* financeiro e das operações realizado *a priori* do programa.
- TOP Manager é o primeiro a querer gastar o seu capital político para fazer as coisas avançar.
- As pessoas identificadas para os workshops participam a tempo inteiro e estão verdadeiramente interessadas em melhorar.

A qualidade de uma solução é diretamente proporcional à qualidade dos seus pressupostos.

