

El viaje digital de una supply chain automotriz resiliente

Para que los fabricantes de equipos originales (OEM, Original Equipment Manufacturer) y los proveedores de automóviles desarrollen la resiliencia en la supply chain, primero deben desarrollar una comprensión profunda de las etapas secuenciales del viaje digital de la supply chain. Al desarrollar competencia en estas cuatro etapas, los OEM y los proveedores de nivel pueden desarrollar mejores capacidades de detección y respuesta para abordar la volatilidad en la supply chain automotriz actual.



Etapa 01

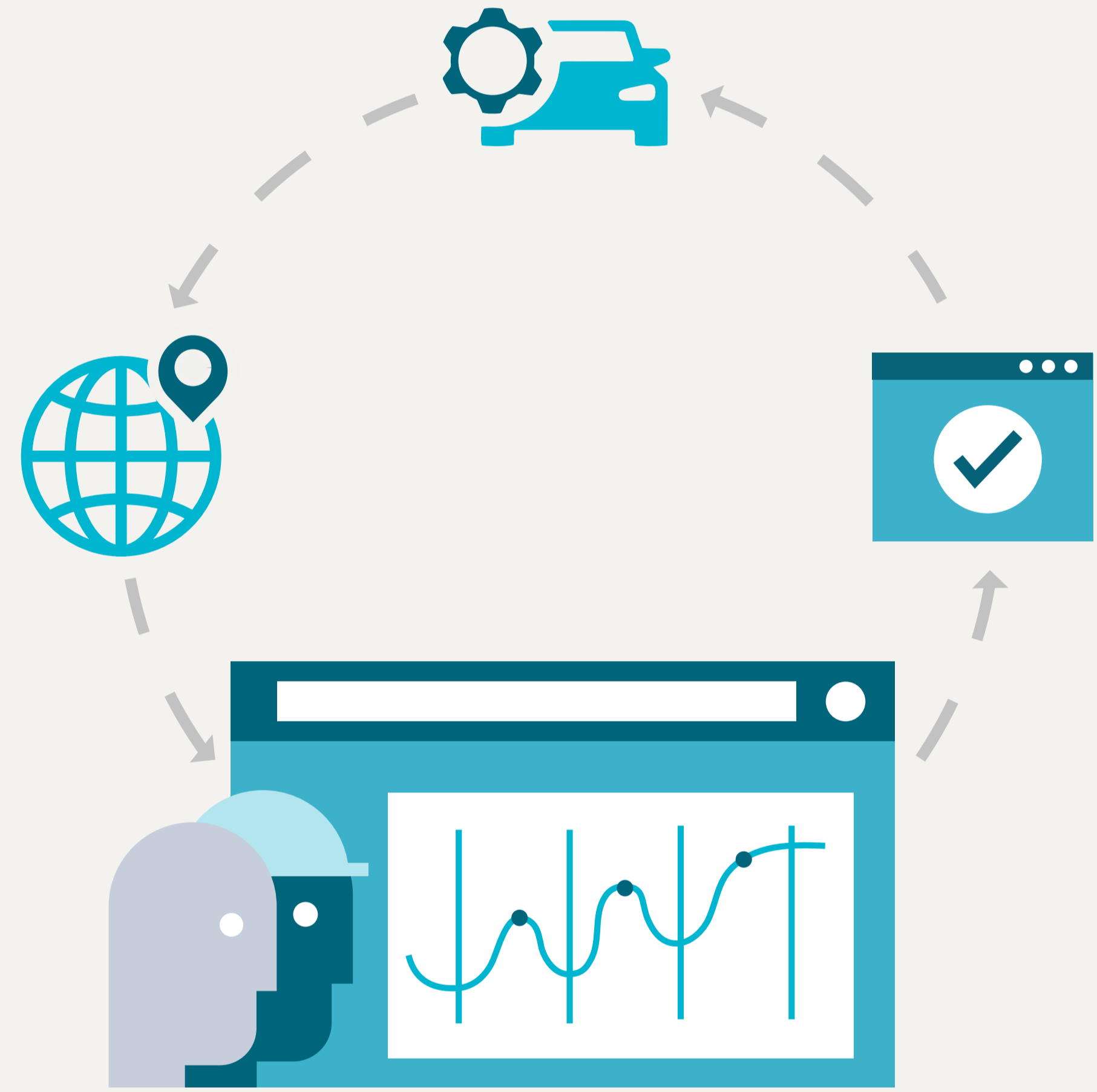
Desmantelamiento de silos de datos internos

El primer paso para transformar a una supply chain automotriz reside en evaluar y alinear sistemas y procesos dentro de la empresa. Reunir a los responsables de la planificación y ejecución del suministro es fundamental para la transformación digital de la supply chain.

Etapa 02

Una supply chain en red

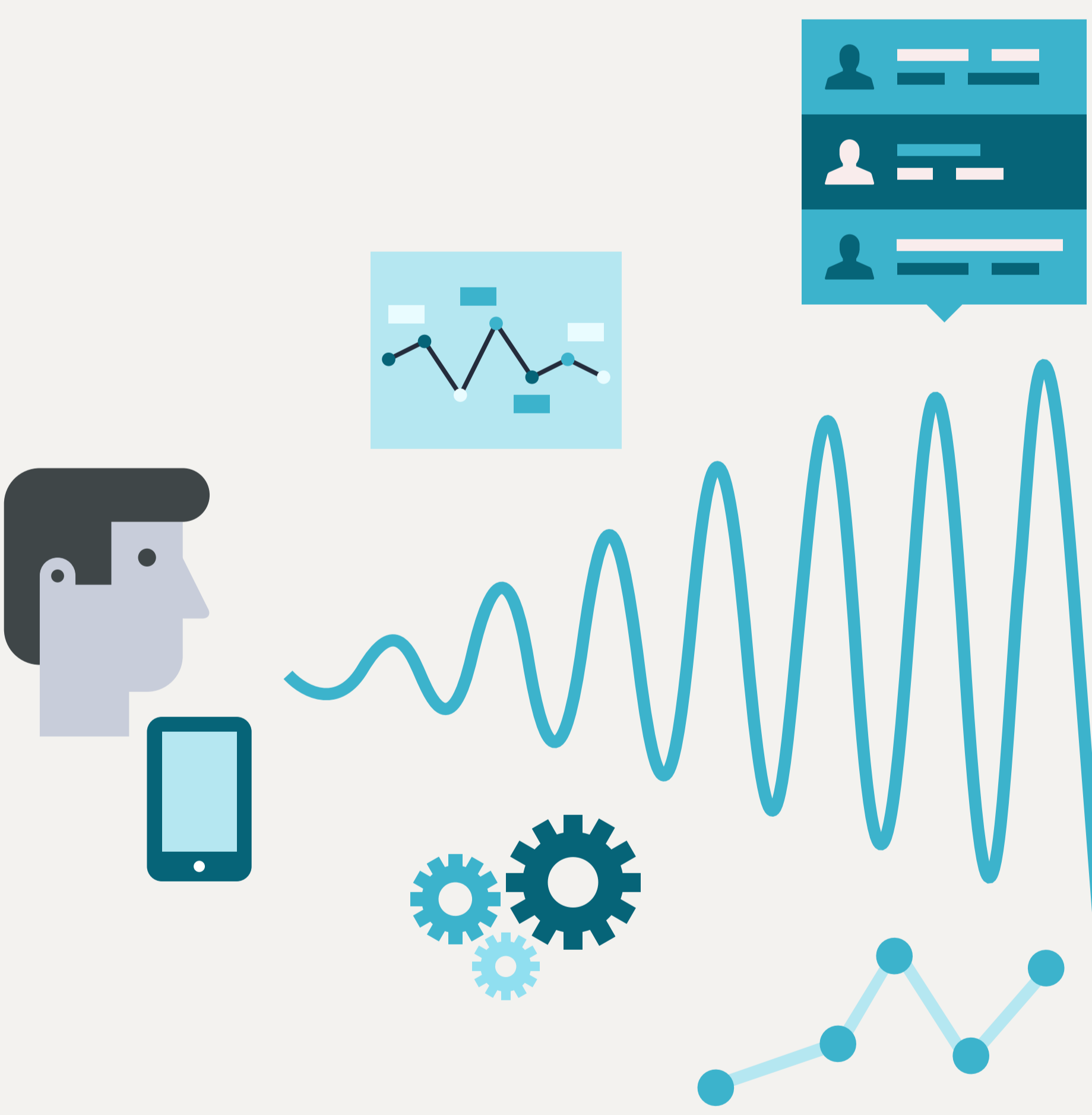
Se necesita una mayor coordinación y colaboración entre los OEM y los proveedores de nivel para lograr una nueva supply chain conectada y digital. Enfóquese en las herramientas que ayudan a los equipos internos a tener éxito con los socios en todo el ciclo de la supply chain en la etapa de planificación de la entrega.



Etapa 03

Demanda total del cliente, integración

Cuando la demanda de los clientes activa señales en una supply chain, el análisis mejorado y la inteligencia empresarial (BI, Business Intelligence) convierten las perspectivas en acciones mediante la automatización de sistemas y la conexión de software de planificación y operaciones a la red.



Etapa 04

Tornarse en una organización predictiva

Es necesario ir más allá de responder a la demanda para predecirla. Una supply chain predictiva se apoya en las señales digitales producidas por la red para determinar cuándo surgirán excepciones u oportunidades y actúa en consecuencia.

