



EXECUTIVE BRIEF

Quali sono le caratteristiche dell'agilità per l'industria automobilistica odierna?

Industria automobilistica

Le soluzioni moderne basate sul cloud aiutano le aziende a crescere nonostante la volatilità

La forte crisi globale causata dal COVID-19 ha insegnato alle aziende un fatto indiscutibile: l'agilità è un bene prezioso. È il segreto della resilienza e dell'adattamento ai cambiamenti rapidi, come la carenza di materie prime, i colli di bottiglia nella supply chain e l'aumento delle aspettative dei clienti. Per **l'industria automobilistica**, la carenza di chip semiconduttori ha causato una perdita di profitti pari a circa \$ 210 miliardi. Più di 11,3 milioni di veicoli sono stati bloccati in attesa dei chip necessari. Fortunatamente, le tecnologie moderne sono in grado di aiutare le imprese ad analizzare i rischi in modo completo, fornendo loro gli strumenti per rispondere rapidamente in tutta sicurezza.

Le aziende automobilistiche devono prepararsi alla continua volatilità, poiché gli economisti prevedono che la pandemia potrebbe ritardare altri 7 milioni di unità nel 2022 e 1,6 milioni nel 2023. Potrebbe volerci fino al 2025 prima che il mercato delle automobili all'ingrosso raggiunga i livelli precedenti alla pandemia e alla crisi dei chip. Le case automobilistiche, i rivenditori, gli OEM e i fornitori devono ricorrere alla risoluzione creativa dei problemi, all'innovazione e alla mentalità innovativa per superare queste battute d'arresto.

La necessità di agilità va ben oltre i problemi della supply chain. Oggi tutti i produttori hanno bisogno di una tecnologia altamente flessibile basata sul cloud per rimanere al passo con la volatilità globale, tra cui **l'interruzione dovuta alla crisi ucraina**. Anche le richieste dei clienti di veicoli elettrici o ibridi, i cambiamenti nel comportamento di acquisto, le nuove esperienze utente e le innovazioni delle linee di assemblaggio aggiungono pressioni sull'industria automobilistica affinché sia agile e reattiva, con la possibilità di riorientare le risorse e riallocare i finanziamenti alle priorità temporanee. Per supportare il pensiero e l'azione rapidi, l'impegno verso l'agilità deve essere una strategia a livello aziendale, che parte dai vertici dell'organizzazione e viene comunicata ai livelli attraverso tutti i canali possibili.

Comprendere la necessità

Nonostante i progressi compiuti nell'affrontare le volatilità e le crisi globali, l'attuale velocità di cambiamento non mostra segni di rallentamento. Questo ritmo continuerà o potrebbe accelerare con il boom della ripresa e man mano che **la domanda latente porta a vendite record**. Prepararsi al cambiamento continuo è un passo logico per i dirigenti esecutivi, che devono considerare il ruolo dell'agilità in ogni reparto, processo e decisione. È necessario un approccio olistico di larghe vedute che accolga il cambiamento e che debba essere evangelizzato dalla C-suite.

Sfortunatamente, il settore manifatturiero è noto per le sue tradizioni, i ritmi costanti e la continuità piuttosto che per essere il primo ad adottare nuove tecnologie. Molti CEO e CFO sono avversi al rischio, riluttanti a compromettere i risultati puntuali e il flusso di cassa costante. **Harvard Business Review** ha recentemente chiesto: "La vostra C-Suite è pronta a guidare una trasformazione digitale?" e ha suggerito che alcuni leader non riuscivano a vedere l'urgente necessità di modernizzazione.

Infatti, molti sono stati lenti a salire a bordo del treno digitale prima del 2020. Secondo Forbes: "L'industria 4.0, come concetto, esiste da quasi 10 anni ormai ma non tutta è emersa. Molti progetti dell'Industria 4.0 si muovono nel regno del 'purgatorio pilota,' un termine dantesco che racchiude il destino della maggior parte delle iniziative dell'Industria 4.0, il 70% delle quali non sorpassano la fase del proof of concept (POC) per essere messe in atto." I progetti del proof of concept spesso hanno assorbito gran parte del budget, lasciando al team IT risultati deludenti e dando al livello C poca fiducia nelle teorie digitali e nelle promesse del cloud. **La ricerca di Capgemini** mostra che, nel 2020, solo il 32% dei produttori aveva adottato un processo decisionale basato sui dati, mentre il 38% aveva continuato a fare affidamento su sistemi cartacei per gestire la fabbrica.

Nel settore automobilistico, le aziende che hanno avuto difficoltà con soluzioni legacy obsolete sono state lente ad adottare la tecnologia moderna e meno attrezzate per affrontare interruzioni improvvise e drastiche.

Lezioni apprese

Dal 2020, il valore della tecnologia cloud è stato dimostrato. Quelli che riflettevano sulla distribuzione del cloud nel 2020 improvvisamente ne avevano bisogno, e ne avevano bisogno rapidamente, per facilitare le strategie del lavoro da casa. I team IT hanno imparato il significato di agilità da un giorno all'altro.

Secondo un **sondaggio globale di McKinsey** tra i dirigenti: "Le aziende hanno accelerato la digitalizzazione delle loro interazioni con clienti e supply chain e delle loro operazioni interne di tre, quattro anni. E la quota di prodotti digitali o digitalizzati nei loro portafogli è accelerata di sette anni. Quasi tutti gli intervistati affermano che le loro aziende hanno messo in atto soluzioni almeno temporanee per soddisfare molte delle nuove richieste e molto più rapidamente di quanto avessero ritenuto possibile prima della crisi."

Le conseguenze della pandemia di COVID-19 **avranno ripercussioni probabilmente per anni**, richiedendo a tutti i leader aziendali di rimanere vigili e pronti ai cambiamenti del mercato e dei modelli di lavoro. Anche se alcune attività di back-office possono essere eseguite da remoto, le attività della linea di assemblaggio non possono avvenire tramite le riunioni su Zoom. Potrebbe essere necessario reinventare le postazioni di lavoro con la robotica, consentendo un'automazione più ampia e richiedendo meno membri del team in loco.

Altri modi per promuovere l'agilità nella tua organizzazione

Prodotti innovativi. I grandi cambiamenti dei prodotti erano all'orizzonte per l'industria automobilistica molto prima della pandemia e probabilmente rimarranno una priorità elevata in futuro. L'impatto trasformativo di C.A.S.E. (Connected, Autonomous, Shared, Electric) è diffuso e ha un impatto su tutto l'intero settore, creando ripercussioni nelle organizzazioni che tengono il passo con i cambiamenti di progettazione e operazione. Fortunatamente, le soluzioni per la gestione del ciclo di vita dei prodotti possono aiutare le case automobilistiche e i fornitori a gestire l'intero processo, dalle fasi di ricerca e sviluppo alla convalida dei test e alla gestione delle modifiche ingegneristiche.

Collaborazione. I cambiamenti nell'ambito della progettazione coinvolgono ingegneri, designer industriali, operazioni di fabbrica, approvvigionamento e supply chain. Con gli strumenti collaborativi, è possibile condividere idee e progetti gestendo al contempo l'impatto dei cambiamenti all'interno dell'azienda. La collaborazione può estendersi anche tra le aziende, come sottolinea il **Center for Automotive Research**: “La globalizzazione, insieme a collaborazioni sempre più complesse nei mercati nazionali delle case automobilistiche, ha reso necessario per l'industria automobilistica rivalutare e cambiare il modo in cui gestisce la collaborazione”.

Esperienza del cliente. L'esperienza dell'utente (o del conducente) ha subito una trasformazione importante, poiché anche i veicoli di fascia media sono ora dotati di una gamma crescente di lusso. I servizi di lusso, che sono spesso caratteristiche standard, includono sedili riscaldati, parcheggio assistito e sensori antiurto. Questi tipi di cambiamenti importanti, con la crescente complessità dei semiconduttori, richiedono livelli di agilità aziendale senza precedenti possibili grazie alla tecnologia moderna. Le soluzioni basate sul cloud, veloci e facili da implementare, offrono flessibilità e scalabilità, consentendo di lanciare nuove entità aziendali, processi operativi, modelli e partnership che possono dare vita a queste nuove funzionalità.

Maggiore enfasi sugli hub regionali. La carenza di chip ha provocato una reazione netta da parte degli osservatori del settore, molti dei quali suggeriscono che le aziende non dovrebbero fare affidamento su una supply chain estesa per parti e componenti fondamentali. Il dibattito continuerà mentre produttori e fornitori in tutto il mondo faticano a trovare equilibrio tra fornitori vicini e fornitori meno comodi che però offrono un inventario maggiore o prezzi più bassi. Le soluzioni che forniscono piena visibilità e maggiore capacità di analisi aiutano i dirigenti a gestire problemi di alto livello, fornendo anche la possibilità di esaminare scenari “ipotetici” e proiettarne i possibili effetti. I leader aziendali hanno bisogno di fidarsi dei propri dati e strumenti di reporting prima di prendere importanti decisioni di investimento.

Visibilità potenziata della supply chain. Per i produttori lungimiranti, **usare la tecnologia** per aiutare a gestire la supply chain è una tattica sfruttabile da ogni OEM e fornitore del settore automobilistico. Gli strumenti per la pianificazione della supply chain possono aiutare i produttori a monitorare le scorte, le consegne, i percorsi di spedizione, le consegne previste e l'impatto sugli ordini di vendita in caso di ritardo sulle consegne. La comprensione di questi problemi aiuta i produttori a preparare, trovare alternative e definire aspettative realistiche tra i clienti per costruire una strategia di resilienza.

Business intelligence. Man mano che le aziende decidono le strategie di recupero, le informazioni sui dati **saranno essenziali** per capire i cambiamenti di settore e l'impatto finanziario che avranno tali cambiamenti. Molte aziende stanno entrando in territorio inesplorati e non sono in grado di fare affidamento su strategie o piani storici precedenti e quindi:

- Saranno necessari nuovi rapporti.
- Sarà necessario determinare nuovi KPI.
- Nuovi modi di prevedere e misurare i risultati consentiranno al livello C e in tutta l'organizzazione di migliorare la consapevolezza e prendere le decisioni giuste.
- L'intelligenza aumentata, l'intelligenza artificiale, l'apprendimento automatico e le piattaforme digitali svolgeranno un ruolo fondamentale.

Solo soluzioni avanzate possono affrontare queste sfide. Le organizzazioni dovranno capire il valore dell'analisi intelligente, del machine learning e dell'IA e dovranno investire in soluzioni con queste funzionalità integrate.

Rettifica del livello delle scorte di sicurezza. In passato, le strategie just-in-time hanno mantenuto le scorte minime di sicurezza delle risorse non elaborate, riducendo il capitale bloccato a magazzino. Molti stanno riconsiderando la strategia, aumentando i livelli minimi delle scorte di sicurezza per evitare di finire le scorte. Le analisi basate sull'intelligenza artificiale danno previsioni accurate che sono necessarie per pianificare i livelli di inventario appropriati.

Acquisizione e fidelizzazione dei talenti. Il **reclutamento e la fidelizzazione dei talenti** avranno un ruolo significativo nell'agenda strategica per competere e crescere nel 2022 e oltre. Tutti i ruoli si sono evoluti. Le competenze trasversali come la collaborazione in team, la risoluzione dei problemi, la gestione dei dati e il servizio clienti saranno importanti quanto la capacità di utilizzare i macchinari. Inoltre, man mano che C.A.S.E. trasforma il settore e l'Industria 4.0 e l'IoT guidano la fusione di IT e OT (tecnologia operativa di fabbrica), i talenti disinvolti con il digitale diventeranno rapidamente la pietra miliare del vantaggio competitivo. Le moderne soluzioni basate sul cloud sono facili da utilizzare, intuitive e in grado di automatizzare i processi di routine. Consentono ai dipendenti di concentrarsi su esigenze più avanzate e offrono agli utenti un'esperienza positiva e appagante.

Engineer-to-order (ETO) e make-to-order (MTO). Sta diventando sempre più importante per i produttori adottare processi di produzione a modalità mista e collaborare con i clienti sulle specifiche e sui dettagli di progettazione. Prodotti altamente configurati e soluzioni di configurazione, prezzo, quotazione (CPQ) aiutano a semplificare i processi di personalizzazione dei prodotti e di approvazione dei clienti.

Sostenibilità. Le ramificazioni ambientali continueranno ad avere un impatto significativo sulle tendenze e sulla direzione settoriali. La “sostenibilità industriale circolare” e la “neutralità del carbonio” sono due termini recenti nel lessico della produzione, che compaiono con frequenza crescente nelle discussioni sulla direzione futura dell’industria automobilistica. Tuttavia, è importante notare che i veicoli elettrici presentano le proprie sfide ambientali. L’estrazione altamente distruttiva e tossica di elementi critici di terre rare rimane un problema, così come l’enorme numero di batterie tossiche e la crescente domanda di elettricità.

Conclusioni

Con il COVID-19 che sta rivoluzionando la supply chain globale, le aziende hanno capito il valore di una risposta agile alle mutevoli condizioni. Mentre le aziende iniziano a prepararsi al prossimo concetto di normalità, l’agilità resta sempre un valore importante. È probabile che il cambiamento rapido continui o persino aumenti. Prepararsi adesso è importante. L’adozione di una tecnologia avanzata e moderna, implementata nel cloud, aiuterà le aziende a rispondere rapidamente alle nuove pressioni a mano a mano che si presenteranno. Le soluzioni cloud altamente agili e flessibili possono aiutare le aziende a crescere in un mondo in costante cambiamento.

Per scoprire in che modo CloudSuite Automotive può aiutare la tua azienda a prepararsi a future interruzioni, visita [infor.com](https://www.infor.com).

PER SAPERNE DI PIÙ 

Seguici:     



Infor è un fornitore globale di business software nel cloud specializzato per settore di mercato. Oltre 65.000 organizzazioni in più di 175 paesi si affidano ai 17.000 dipendenti di Infor per raggiungere i propri obiettivi aziendali. Per saperne di più visita www.infor.com.

Copyright© 2023 Infor. Tutti i termini e i simboli grafici utilizzati nel presente documento costituiscono marchi commerciali e/o marchi registrati di Infor e delle relative consociate o affiliate. Tutti gli altri marchi qui riportati sono di proprietà dei relativi proprietari. www.infor.com.

Infor in Italia, Via Torri Bianche 24, 20871 Vimercate MB, www.infor.com/it-it

INF-2648224-IT-0623-1