



LOGÍSTICA E 3PL

Sete passos para escolher o sistema certo de gestão de estoque

Inovação nos serviços de logística

A inovação nos serviços de logística é essencial para manter as vantagens em relação à concorrência. Empresas de todos os tamanhos e de todos os ramos estão reconhecendo que a terceirização de sua execução da cadeia de abastecimento a Fornecedores de Logística Terceirizados (3PLs) proporciona a agilidade que os clientes esperam de seus fornecedores.

Os 3PLs oferecem localizações mais próximas dos clientes do que a maioria das empresas consegue custear e operar por si mesmas. Eles podem ser alocados, retirados ou realocados rapidamente para oferecer aos fornecedores a capacidade de adaptação que eles precisam nos mercados atuais. E, os 3PLs estão aptos a proporcionar a seus clientes a flexibilidade de aumentar ou diminuir o fluxo, de acordo com a volatilidade do mercado e com as condições econômicas. Ou seja, a oportunidade para os 3PLs nunca foi tão grande; contudo, isso também criou um mercado altamente competitivo.

A diferenciação de serviços, qualidade e valor nunca foi tão importante para que os 3PLs consigam atrair, conquistar e manter seus clientes. No coração desta vantagem competitiva está a tecnologia de informações para execução da cadeia de abastecimento e, mais especificamente, o sistema de gestão de estoque. Os clientes estão buscando relações de terceirização estratégicas e personalizadas. É essencial demonstrar alta capacidade de execução da cadeia de abastecimento para que haja vantagem competitiva de um 3PL. Mesmo assim, muitos 3PLs se deparam com aplicativos defasados, falta de capacidade em transações móveis e na identificação automática (por código de barras), gestão de trabalho ineficiente, falta de apoio a fluxos de trabalho para diversos clientes e gestão de inventário/espço, problemas de faturamento e diversos outros problemas relacionados às capacidades essenciais para conquistar este mercado de alta competitividade.

Muitas empresas simplesmente não sabem ou não têm os recursos necessários para definir suas estratégias e necessidades de seleção e implantação de novos sistemas de execução da cadeia de abastecimento ou para expandir ou atualizar as capacidades dos aplicativos que já possuem. Então, aqui segue um roteiro prático para a avaliação, definição e seleção dos recursos para competir e estabelecer relações estratégicas com clientes novos e atuais:

1. Desenvolver e comunicar as estratégias comerciais aos gerentes e funcionários.

Muitas empresas não estão desenvolvendo, documentando ou comunicando sua estratégia às pessoas encarregadas de executá-la. O alinhamento estratégico dos seus recursos operacionais com sua força de trabalho faz com que seja mais fácil executar os processos e atividades que mantêm sua empresa competitiva e produtiva. Uma organização alinhada estrategicamente e que possui métricas de desempenho alinhadas com a estratégia tem mais chances de contar com uma equipe de trabalho motivada e que desempenhe suas atividades de forma mais eficiente e produtiva para obter resultados desejados.

2. Identificar o comitê diretor e dois líderes de processos internos ou externos em período integral para gerenciar o projeto.

Esta não é uma tarefa a ser executada em meio período. Especialistas no assunto (SMEs), responsáveis pelos processos, gerentes, operadores e outros participantes podem ser contratados para trabalharem em meio período, conforme solicitado pelos gerentes de projeto. O projeto em si, juntamente com a documentação e a comunicação com o comitê diretor durante todo o processo de seleção, é uma tarefa em tempo integral.

3. Avaliar e documentar os processos de execução da cadeia de abastecimento atuais (fluxos de trabalho), métricas e tecnologia da informação.

Isto é especialmente essencial para um 3PL que atende diversos clientes, mesmo quando os recursos são focados em um único cliente. Cada cliente tem exigências de pedidos, sistemas, fluxos de trabalho e pedidos de custos/faturamento diferentes. É vital analisar e revisar detalhadamente cada um dos processos de execução da cadeia de abastecimento para identificar as áreas a serem melhoradas e inovadas, bem como determinar as exigências do sistema. O levantamento impreciso de exigências é o principal motivo de erro ou falha nas implantações.

4. Conduzir uma pesquisa de mercado secundária sobre os sistemas e tecnologias de execução da cadeia de abastecimento.

A tecnologia da informação amadureceu com o passar do tempo e cada vez mais apresenta ferramentas e recursos específicos para o setor. Muitos fornecedores têm anos de experiência específica em um setor e aplicativos abrangentes. Aproveite esta experiência.

Ao investir tempo analisando a funcionalidade, a tecnologia da plataforma utilizada, os roteiros futuros e a experiência no ramo oferecidos pelos prestadores de serviços, você criará um entendimento básico sobre como a tecnologia pode te auxiliar a obter uma vantagem competitiva e a desempenhar operações de nível mundial. Quanto mais experiências um fornecedor tiver na área em que você atua, mais tecnologia terá para se adequar às suas exigências.

5. Mapear suas descobertas (funcionalidade e características) nos processos, métricas e estratégias atuais.

Partindo das orientações da etapa três, também é importante corresponder a funcionalidade que está disponível no mercado aos seus processos específicos para identificar rapidamente quaisquer lacunas na funcionalidade. Isto também ajuda a identificar e quantificar a forma como a nova tecnologia pode melhorar as operações. Ao definir a funcionalidade padrão, identificando as lacunas mais importantes e peculiares em seus processos e identificando quais fornecedores são os mais adequados, você poderá criar uma solicitação de proposta (RFP) e uma lista resumida dos fornecedores a serem avaliados.

6. Conduzir uma pesquisa primária em uma lista resumida de referências.

Além das referências fornecidas pelos candidatos do seu sistema, identifique os usuários dos aplicativos que não são referências. Elabore uma lista abrangente de perguntas para a entrevista e realize quantas entrevistas possíveis com usuários dos aplicativos.

Deixe-os explicar o processo de seleção pelo qual passaram, a experiência de implantação (boa, ruim e péssima), experiências com a operação e manutenção contínuas, adoção de nova funcionalidade, facilidade de integração e suporte a fluxos de trabalho, faturamento e operações com diversos clientes. É importante conduzir esta pesquisa antes que a RFP e o processo de seleção sejam conduzidos; isso ajudará a consolidar suas exigências e a validar sua lista resumida. Isto também poderá alertá-lo sobre novas considerações que você ainda não tenha documentado.

7. Liberar uma RFP para os vendedores qualificados, conduzir um processo de seleção rigoroso, quantificar o valor e avaliar as soluções disponíveis.

Durante este processo, você poderá identificar áreas a serem melhoradas e inovadas dentro das suas operações atuais. Você também poderá descobrir que seus sistemas existentes podem ser atualizados ou expandidos com novas funcionalidades ou nova tecnologia, e que você não precisa necessariamente de um sistema novo. O mais importante é fazer uma revisão e levantamento completo sobre estratégia, pessoal, processo e tecnologia para determinar as suas necessidades de solução.

Saiba mais >



A Infor desenvolve aplicações de negócios na nuvem para segmentos específicos. Com mais de 17.000 funcionários e 68.000 clientes em mais de 170 países, o software da Infor foi criado para o progresso. Para saber mais visite: www.infor.com.

Siga-nos:   