Akademia Controllingu



S&OP (Sales and Operations Planning) – integracja działów w procesie planowania – analiza stanu obecnego, plan wdrożenia - 2 dni

MIEJSCE I DATA:

1-2.07.2024, Online

AKREDYTACJA WIELKOPOLSKIEGO KURATORA OŚWIATY
(Decyzja nr 110.2.870.2015)

WWW.AKADEMIACONTROLLINGU.PL

S&OP (Sales and Operations Planning) – integracja działów w procesie planowania – analiza stanu obecnego, plan wdrożenia - 2 dni

KONTAKT

Szkolenia otwarte:
info@akademiacontrollingu.pl
tel. + 48 61 852 33 53
Szkolenia zamknięte:
Marta Elimer
marta.elimer@akademiacontrollingu.pl
tel. + 48 536 111 571

TRENERZY

Adam Łazarski, DBA(PhD), MBA

Opis

Planowanie operacji i sprzedaży jest zbiorem metod stosowanych przez nowoczesne przedsiębiorstwa, które systematycznie rozwijają powiązanie między formułowaną strategią, a działaniami operacyjnymi. S&OP integruje zespół pracowników reprezentujących różne działy, jak i np. odrębne lokalizacje firmy, łańcuch dostaw. W ramach S&OP strategia dla obszarów produkcji, zakupów, sprzedaży, marketingu i finansów poddawana jest stopniowej i systematycznej integracji. Integracja ta może być na poziomie wskaźników wsparta przez Balanced Scorecard i Activity Based Costing. Lokalne przyzwyczajenia zaczynają stopniowo ewoluować w kierunku bardziej skupionych na efektywności całościowo postrzeganych procesów.
Realizacja planowania operacji i sprzedaży wymaga zaangażowania pracowników wielu działów, co wydatnie wpływa na poprawę komunikacji i przyczynia się do wzrostu odpowiedzialności za: jakość prognoz, planów sprzedaży, jak i zobowiązań produkcji i zakupów, co do wykonalności i doskonalenia planu.

Dlaczego warto

Korzyści dla uczestników
- symulacja pełnego procesu planowania operacji i sprzedaży,
- przygotowanie do wdrożenia lub dalszego doskonalenia S&OP,
- dokładniejsze formułowanie SP – planu sprzedaży i PP – planu produkcji/zakupów (produkty S&OP),
- poznanie praktyki tworzenia systemów prognozowania i planowania sprzedaży w

ramach S&OP (w obszarze jakościowym, jak i ilościowym np. w ramach waterfall report),
- opanowanie zasad stosowanie granic popytu i planowania (horyzont/granica planowania), planistycznych list materiałowych P-BOM i BOR (Bill Of Resources),
- rozwijanie, audytowanie, doskonalenia i walidowanie procesów,
- integracja zespołu w pracy międzywydziałowej,
- poprawa współpracy między działami poprzez praktyczne używanie wskaźnika ATP (dostępne do obiecania) i faktycznie śledzenie zbiorczych obciążeń na „wąskie gardła" (w ramach szeroko postrzeganego łańcucha dostaw),
- zaangażowanie pracowników, szefostwa firmy i różnych działów w poszczególne zadania/etapy prac S&OP – redukcja ryzyka pracy w „odrębnych silosach",
- użycie S&OP dla realizacji i balansowania celów - w obszarze wskaźników zastosowanie Balanced Scorecard i Activity Based Costing dla walidacji i poprawy procesu decyzyjnego.

Cele

Celem jest warsztatowe przećwiczenie użycia S&OP – przygotowanie do wdrożenia czy też doskonalenie aktualnego procesu.

Program

Dzień 1/2
Wprowadzenie do roli S&OP w przetwarzaniu informacji:

- krytyczna rola prognozowania i planowania sprzedaży w łącznym procesie planowania działalności przedsiębiorstwa i dobrej obsługi klienta,
- obiektywne przyczyny dla tworzenie planów sprzedaży – „światy" Pull i Push,
- spójne i rozbieżne cele wewnątrz i na zewnątrz firmy,
- zastosowanie Balanced Scorecard w zarządzaniu wskaźnikami (KPIs),
- specyfika pracy S&OP w danej firmie (specyfika różnych sektorów biznesowych).

Nasza aktualna praktyka planowania – dobre i złe praktyki, analiza:
- siła przyzwyczajenia, wiedza o swojej specyfice, a dobre praktyki używane u innych o „podobnym" profilu biznesu,
- co ma osobisty charakter danej osoby wspólnego z efektami analizy ilościowej i jakościowej w S&OP,
- przykłady z życia – korzyści z użycia S&OP, jak i typowe błędy w stosowaniu metody, np. wynik ekonomiczny, rotacja materiału, obciążenie capacity zakładów, udział w rynku, celowość inwestycji, relacje w łańcuchu dostaw, dostarczana jakość itd.
- jak prowadzić projekt wdrożenia S&OP - ewolucyjnie czy rewolucyjnie?

Integracja planowania strategicznego i docelowo operacyjnego wewnątrz S&OP – wprowadzenie:
- S&OP – jako narzędzie strategicznego zarządzania biznesem, realizacji biznes planu – krytyczna rola marketingu i działu handlowego,
- definiowanie rodzin/grup asortymentowych/usług,
- SP i PP – plan sprzedaży i plan produkcji (też zakupów),
- cztery strategie łączenia SP (planu sprzedaży) i PP (planu produkcji) (w tym outsourcing) – dobre praktyki,
- ATP/CTP – dostępność do obiecania, wskaźnik i jego rola w obsłudze klienta czy „konsumpcji" prognozy,
- RP/RRP – planowanie zapotrzebowania na zasoby,
- P-BOM – planistyczne listy materiałowe,
- BOR – listy kluczowych zasobów,
- RCCP – zgrubne planowanie zdolności („wąskie gardła"),
- MPS – główny harmonogram produkcji i zakupów.
- unikanie konfliktów między działami firmy przez S&OP i wykorzystanie go jako narzędzia łączącego procesy planowania różnych działów.

Zastosowanie wybranych metod analizy ilościowej w pracy nad planem sprzedaży (przykłady):
- zasady pracy z modelami matematycznymi np. identyfikacja i obsługa błędu,
- określenie zakresu i analiza danych historycznych,
- model naiwny,
- identyfikacja i potwierdzanie współczynników sezonowości,
- średnia ruchoma,
- średnia ważona,
- wygładzanie wykładnicze,
- nieciągłe zamówienia (losowe) tzw. szeregi rzadkie,
- analiza regresji,
- metoda Z-Chart (wykres Z),
- kalkulacja poziomu błędu prognozy i wykorzystanie jego w usprawnianiu systemu prognozowania – metody redukcji błędu prognozy.

Beer Game – warsztat
- realizacja warsztatu z naciskiem na istotność szeroko rozumianego prognozowania,
- identyfikacja czynników pogarszających wynik ekonomiczny,
- po pierwszym dniu zajęć (agregacja wyników) i ich obróbce statystycznej (trener) wskazane będą przyczyny sukcesów, jak i potencjalnych porażek.

Dzień 2/2

Omówienie wyników warsztatu Beer Game:
- konsekwencje braku prognozowania, jak i identyfikacji popytu niezależnego i zależnego, braku formułowania planu sprzedaży,
- prezentacja tzw. „Bullwhip Effect",
- co wygrywa w sytuacji stresu – nasz charakter, czy też nasza wiedza,
- jak skutecznie tworzyć własną strategię w oparciu o cztery główne z S&OP?
- skutki decyzji (proces S&OP) dla przedsiębiorstwa, jak i łańcucha dostaw.

Analiza jakościowa w prognozowaniu i planowaniu sprzedaży:
- dlaczego analiza ilościowa sama w sobie nie jest wystarczająca,
- kiedy krytycznym jest stosowanie analizy jakościowej,
- analiza jakościowa – metody heurystyczne.

Teoria Ograniczeń TOC/MBC – praca z BOR (listy kluczowych zasobów):
- miejsce i istotność TOC/MBC (teorii ograniczeń) w działaniach S&OP – warsztat pt. „nigdy nie uzyskamy więcej wartości niż wąskie gardło dostarczyć może...",
- Zasady formułowani BOR dla danych grup asortymentowych.

Symulacja procesu S&OP z proponowanymi zmianami:
Warsztatowo odpowiadamy na pytania, typowe dla workflow prac S&OP. Ustalamy interesariuszy i odbiorców produktów z procesu. Analizujemy słabe i silne strony rozwiązania. Proponujemy zasady wdrożenia. Cyklicznie przedstawiamy wyniki prac na forum – porównujemy wyniki między grupami. Poddajemy proponowany proces S&OP krótkiej formalnej weryfikacji - wykorzystując narzędzia audytowe Oliver Wight.
- agregacja danych,
- planowanie popytu,
- planowanie zaopatrzenia,
- spotkanie poprzedzające S&OP,
- spotkanie S&OP.

Zakończenie zajęć online:
- podsumowanie zajęć, wskazanie źródeł wiedzy, również rekomendowane standardy wdrażania, jak i prowadzenia audytu S&OP,
- wskazanie zasad prowadzenia follow-up dla dalszego rozwoju wiedzy,
- wypełnienie ankiet, ewaluacja spotkania.

Koszt

1790 zł netto

Akademia Controllingu

Learning by Design

Formularz zgłoszeniowy

S&OP (Sales and Operations Planning) – integracja działów w procesie planowania – analiza stanu obecnego, plan wdrożenia - 2 dni

Promocje

Promocja 20% Przy zgłoszeniu więcej niż 1 osoby z danej firmy, dla drugiej i kolejnej osoby udzielamy 20% rabatu.

Warunki

Warunkiem uczestnictwa jest odesłanie faksem pod nr

FAX: 61 666 03 63

lub e-mail'em na adres:

info@akademiacontrollingu.pl

wypełnionego formularza zgłoszeniowego oraz dokonanie wpłaty na konto organizatora w terminie 5 dni przed datą szkolenia.

Zapraszamy do kontaktu

TEL. + 48 61 852 33 53

Marta Elimer
marta.elimer@akademiacontrollingu.pl

KOSZT SZKOLENIA

1790 zł netto

Koszt szkolenia obejmuje: udział jednej osoby w szkoleniu, komplet materiałów szkoleniowych, certyfikat ukończenia szkolenia, przerwy kawowe oraz lunch.

DANE FIRMY DO WYSTAWIENIA FAKTURY

Nazwa firmy ..... Nip .....

Adres ..... Kod ..... Miasto .....

Telefon ..... Fax .....

DANE FIRMY DO KORESPONDENCJI

Nazwa firmy .....

Adres ..... Kod ..... Miasto .....

DANE OSOBY KONTAKTOWEJ

Imię i nazwisko ..... Stanowisko .....

E-mail ..... Tel .....

DANE UCZESTNIKA / UCZESTIKÓW

Imię i nazwisko ..... Stanowisko .....

E-mail ..... Tel .....

Imię i nazwisko ..... Stanowisko .....

E-mail ..... Tel .....

Imię i nazwisko ..... Stanowisko .....

E-mail ..... Tel .....

Oświadczam, że akceptuję warunki uczestnictwa i zobowiązuję się do dokonania opłaty w wysokości:
(liczba uczestników x cena) ..... PLN + 23% VAT na konto:

Santander Polska. 8 oddz. Poznań Nr: 64 1090 1854 0000 0001 0518 5881

☐ wyrażam zgodę na przesyłanie na wskazany przez Ciebie adres email informacji handlowych dotyczących produktów oferowanych przez Akademię Controllingu Sp. z o.o. (ICV POLSKA) za pomocą środków komunikacji elektronicznej w rozumieniu ustawy z 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 1219).

☐ wyrażam zgodę na otrzymywanie przesyłanych informacji handlowych oraz marketing bezpośredni Akademii Controllingu Sp. z o.o. (ICV POLSKA), dotyczących oferowanych produktów, zgodnie z art. 172 ustawy z 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 1907 z późn. zm.).

☐ * Oświadczam, że akceptuję warunki uczestnictwa http://www.akademiacontrollingu.pl/regulamin/

☐ * Zapoznałem się i akceptuję politykę prywatności http://www.akademiacontrollingu.pl/polityka-prywatnosci/

* pola wymagane

Pieczątka firmowa	Podpis