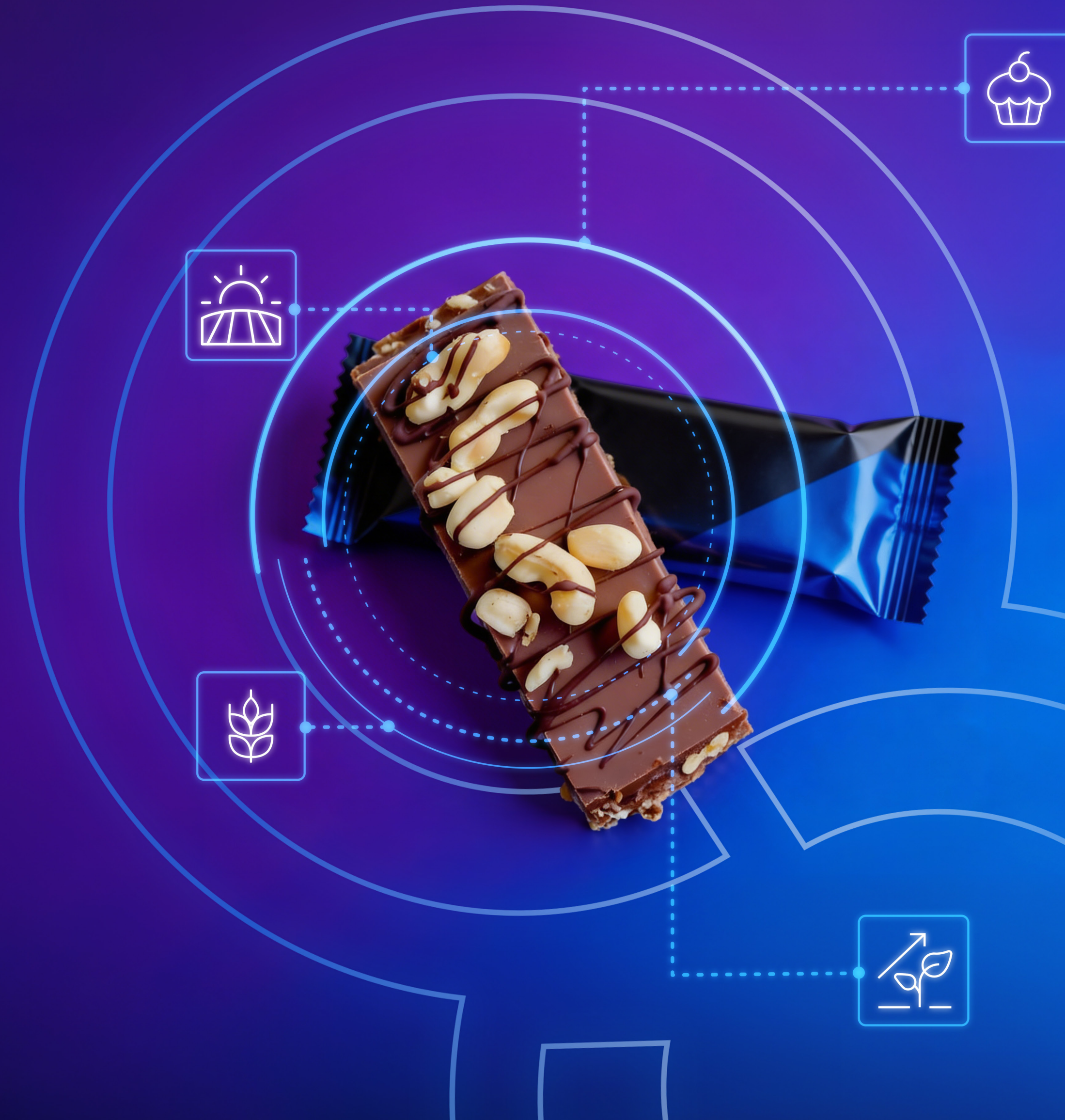


Ottimizzazione post-lancio: sostenere la crescita guidata dai dati nel settore Food & Beverage



Indice

Il ruolo dei dati nel processo decisionale del settore Alimenti e Bevande	4
1. Monitoraggio e lancio: garantire un'esecuzione fluida	5
2. Allocazione del prodotto: ottimizzare l'ingresso sul mercato	6
3. Revisione delle prestazioni: ottimizzazione continua	7
Conclusione	8





IL PERCORSO DI LANCIO DEL PRODOTTO



Il ruolo dei dati nel processo decisionale nel settore Food & Beverage

In un'epoca in cui il comportamento dei consumatori cambia alla velocità della luce, i dati sono l'elemento che mantiene competitive le aziende di Food & Beverage. Chi capisce come conquistare, interpretare e agire in base agli insight dei dati ottiene un vantaggio innegabile, che consente di prevedere le tendenze, ottimizzare le attività operative e perfezionare l'offerta di prodotti con estrema precisione.

Perché i dati sono importanti

- **Le aziende che sfruttano strategie basate sui dati registrano un'efficienza operativa superiore del 30%.¹**
- **Le aziende che utilizzano analisi approfondite dei dati in tempo reale (insight) migliorano la propria reattività alle fluttuazioni della domanda, riducendo l'esaurimento scorte e la sovrapproduzione.**
- **L'analisi predittiva nel settore F&B riduce gli sprechi fino al 20%, portando a risparmi sui costi e sostenibilità.²**

PRENOTA
UNA DEMO

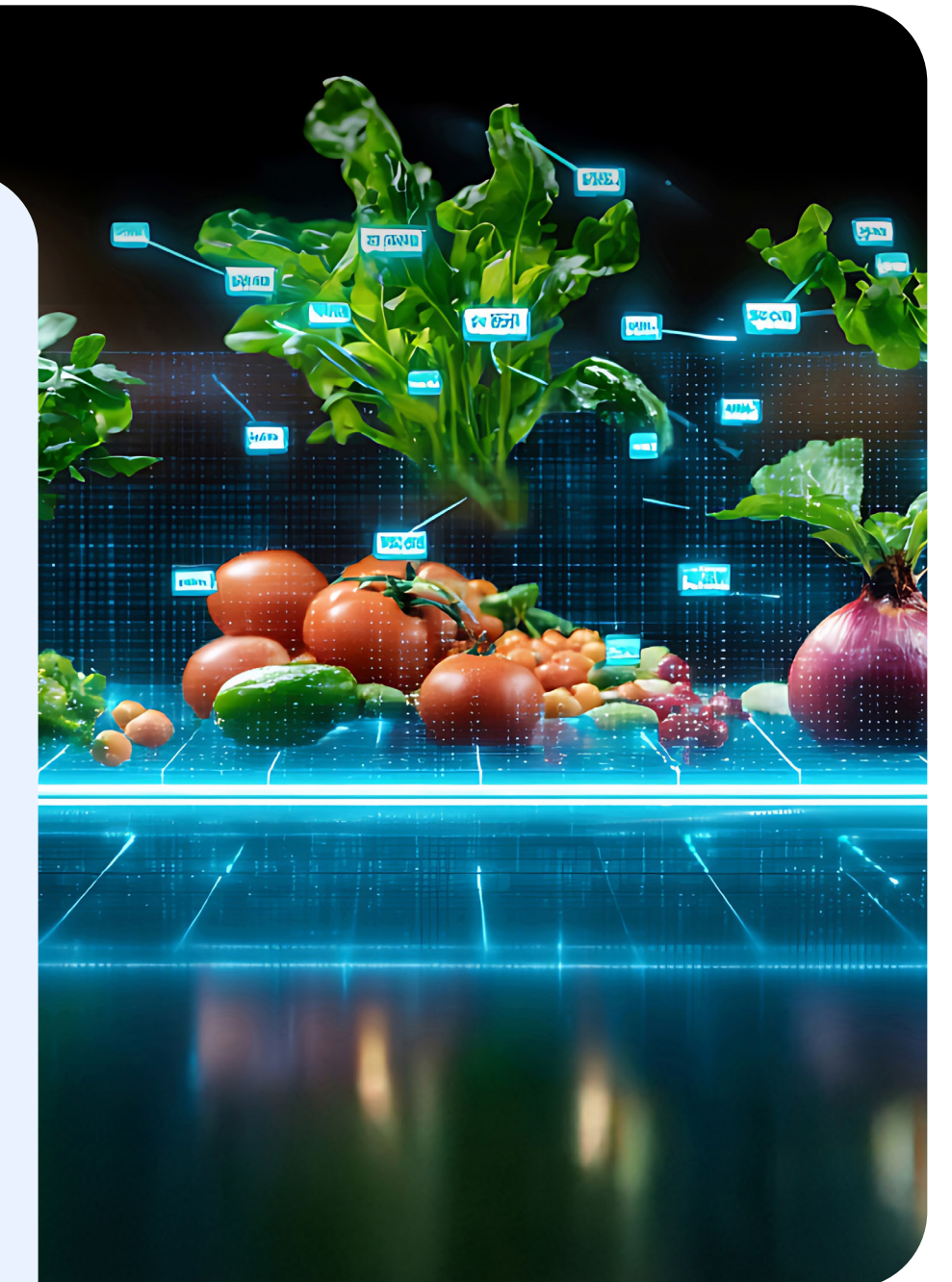


1. "The data-driven enterprise of 2025", 28 gennaio 2022, [mckinsey.com](https://www.mckinsey.com)
2. "Edges of Southeast Asia Second Edition", 12 novembre 2024, [deloitte.com](https://www.deloitte.com)

Checklist:

Cosa dovrebbe monitorare ogni leader del settore F&B

- ☐ **Comportamento e preferenze dei consumatori**
Monitorare cosa, quando e perché i clienti acquistano, identificando i cambiamenti nelle preferenze, i tassi di riacquisto e le nuove tendenze di consumo emergenti.
- ☐ **Prestazioni di vendita e marginalità**
Monitorare gli SKU con le migliori prestazioni, le performance dei canali, l'impatto delle promozioni e l'efficacia delle politiche di prezzo per proteggere i margini e massimizzare i ricavi.
- ☐ **Prestazioni della supply chain e dell'inventario**
Garantire la disponibilità dei prodotti riducendo al minimo le scorte in eccesso, sprechi e obsolescenza grazie alla visibilità in tempo reale all'allineamento della domanda.
- ☐ **Dinamiche di mercato e della concorrenza**
Anticipare le variazioni di prezzo, l'innovazione dei concorrenti, i cambiamenti di assortimento e l'espansione della private label.
- ☐ **Monitoraggio delle normative e della conformità**
Adeguarsi costantemente all'evoluzione delle normative, agli aggiornamenti dell'etichettatura e agli standard di sicurezza alimentare nei diversi mercati.



1. Monitoraggio e lancio: garantire un'esecuzione fluida

Il lancio di un prodotto di successo richiede un coordinamento perfetto, una gestione rigorosa delle tempistiche e un approccio proattivo alla risoluzione dei problemi. In assenza di un sistema centralizzato, i team rischiano ritardi e sforamenti del budget.

Criteri chiave di valutazione

- **Fasi principali del progetto:** Monitorare l'avanzamento dalla formulazione alla produzione
- **Identificazione delle criticità di bottiglia:** individuare e rimuovere rapidamente gli ostacoli operativi
- **Conformità normativa:** Garantire che tutti i requisiti di conformità siano soddisfatti prima del lancio
- **Controllo del budget:** Monitorare i costi per evitare sforamenti e tutelare la redditività

Soluzione

Centric PLM per la gestione completa del lancio di prodotto

Centric PLM ottimizza il lancio di prodotto:

- Monitorare in tempo reale l'avanzamento dalla formulazione alla produzione tramite una dashboard centralizzata
- Utilizza avvisi di workflow e strumenti di gestione delle attività
- Automatizzare il monitoraggio della conformità e i processi di approvazione, assicurando il rispetto dei requisiti normativi prima del lancio
- Monitorare i costi di materiali, produzione e packaging tramite dashboard e analisi dedicate.

In evidenza

Trasformare la conformità in un vantaggio competitivo

Con il connettore Centric PLM–FoodChain ID, i brand migliorano la tracciabilità, la prontezza agli audit e la trasparenza sia verso i consumatori sia verso i retailer. Questa integrazione fornisce l'accesso in tempo reale ai database normativi, semplificando i flussi di lavoro legati alla certificazione e rafforzando la gestione del rischio.



“I guadagni sono incommensurabili. Prima dell'implementazione di Centric PLM, era necessario aggiornare ogni foglio di calcolo per ogni prodotto. Ora dobbiamo solo aggiornare la materia prima, e tutti i prodotti correlati vengono aggiornati automaticamente. Questo cambiamento richiederebbe altrimenti mesi di lavoro manuale!”



Leader del mercato brasiliano nel settore della nutrizione clinica.



2. Allocazione del prodotto: ottimizzare l'ingresso sul mercato

Il successo del lancio dipende anche dal modo in cui il prodotto viene posizionato sul mercato. Un'allocazione efficace assicura che i prodotti raggiungano i mercati e i formati di negozio più adatti, massimizzandone l'impatto.

Criteri chiave di valutazione

- **Previsione degli SKU:** Valutare la domanda nei diversi formati di negozio e nelle diverse aree geografiche
- **Allineamento con il piano di categoria:** garantire che i nuovi prodotti si inseriscano in modo coerente nelle strategie di categoria
- **Strategia di distribuzione:** Definire le allocazioni ai punti vendita in base al potenziale di vendita e alle preferenze locali

Soluzione

Centric Visual Assortment Board per un'allocazione guidata dai dati

Le Centric Visual Board consentono ai category manager di:

- Assegnare visivamente gli SKU disponibili a regioni e formati di negozio tramite funzionalità drag-and-drop
- Offrire a tutti gli stakeholder una visione chiara del ruolo di ciascuno SKU all'interno dell'assortimento complessivo
- Regolare allocazione e previsioni attraverso simulazioni di scenario (what-if), ottimizzando l'impatto per area geografica e canale.

3. "Fortune or fiction? The real value of a digital and AI transformation in CPG ", 3 ottobre 2024, [mckinsey.com](https://www.mckinsey.com)



“Per un’azienda Food & Beverage con 10 miliardi di dollari di fatturato, l'impatto economico generato da un'implementazione efficace delle tecnologie digitali e dell'AI lungo l'intera catena del valore può variare da 810 milioni a 1,6 miliardi di dollari, trainato sia dalla crescita dei ricavi sia dai guadagni di produttività.”

McKinsey ³

“Mentre portiamo avanti una trasformazione aziendale a livello di gruppo, abbiamo individuato l'opportunità di sviluppare competenze nella gestione digitale dei prodotti. Il rapido ampliamento del portafoglio e il nostro modello di crescita introducono un ulteriore livello di complessità, e abbiamo quindi bisogno di una soluzione PLM best-of-breed per accelerare il processo.

QUALITY GROUP

Azienda leader in Germania per la nutrizione sportiva, gli integratori alimentari e i prodotti a basso contenuto di zuccheri e ad alto contenuto proteico



3. Revisione delle prestazioni: ottimizzazione continua

Il successo a lungo termine richiede un monitoraggio continuo delle prestazioni. Senza un monitoraggio adeguato, le aziende rischiano di faticare nell’adattarsi ai cambiamenti del mercato e nell’ottimizzare i risultati del prodotto.

Criteri chiave di valutazione

- **Accuratezza delle previsioni di vendita:** Confronto tra risultati previsti ed effettivi
- **Feedback dei consumatori:** Analisi della risposta da parte del mercato e individuazione delle aree di miglioramento
- **Prestazioni competitive:** Analisi comparativa con i leader di settore per preservare un vantaggio competitivo

Soluzione

Monitoraggio delle prestazioni in tempo reale con Centric Visual Assortment Boards

Se collegate a PLM, ERP e strumenti di market intelligence, le Centric Visual Boards consentono di:

- Visualizzare le vendite previste rispetto a quelle effettive per SKU, regione e tipologia di punto vendita
- Individuare le lacune e adeguare rapidamente gli assortimenti tramite la pianificazione di scenario
- Regolare allocazione e previsioni attraverso simulazioni (what-if), ottimizzando l’impatto regionale e di canale
- Confrontare gli SKU con quelli della concorrenza, mettendo in evidenza trend e opportunità di ottimizzazione in tempo reale.

4. Prasanna Chitanand, “Data Analytics in the Food and Beverage Sector: Examples and Uses”, 25 gennaio 2024, [expressanalytics.com](https://www.expressanalytics.com)



“Gli strumenti di analisi dei dati nel settore alimentare aiutano le aziende a valutare diverse aree della propria operatività, tra cui vendite, customer service e sviluppo prodotto. Questo consente di individuare criticità e opportunità di crescita, migliorando al tempo stesso l’efficienza complessiva dell’organizzazione”

Prasanna Chitanand,
Express Analytics ⁴

“Stiamo già riscontrando un miglioramento della visibilità, della comunicazione e del coordinamento tra i reparti. Inoltre, le capacità del PLM di semplificare le attività tra funzioni diverse sosterranno la nostra crescita internazionale



Produttore giordano leader nel cibo mediterraneo dal 1926.



Conclusione

Un lancio di successo rappresenta solo il punto di partenza. La crescita sostenibile dipende dalla visibilità in tempo reale su esecuzione, allocazione e prestazioni. Supportando le decisioni con dati integrati, le aziende del settore Food & Beverage possono rispondere più rapidamente ai cambiamenti della domanda, ottimizzare l'inventario e affinare continuamente la propria strategia di mercato.

Trasformando gli insight post-lancio in azioni correttive tempestive, le aziende salvaguardano i margini, migliorano l'accuratezza delle previsioni e sbloccano opportunità di ricavo a lungo termine.

Pronto a rafforzare la strategia post-lancio?
Scopri come il PLM guidato dai dati favorisce uno sviluppo
prodotto più intelligente e veloce.

PRENOTA UNA DEMO



Informazioni su Centric Software®

Dalla sua sede nella Silicon Valley, Centric Software fornisce la piattaforma di Product Lifecycle Management (PLM) leader di mercato e potenziata dall'AI per produttori di generi alimentari e bevande, grocery, brand e retailer multi-categoria. Esperta in tutti i beni di largo consumo ad alta rotazione, Centric Software offre soluzioni best-of-breed per progettare, sviluppare, approvvigionare, garantire la conformità, acquistare, produrre, confezionare, creare assortimenti, promuovere e vendere prodotti. Le soluzioni di Centric Software ottimizzano il portafoglio prodotti, armonizzano le offerte e snelliscono lo sviluppo, accelerando il time-to-market e l'innovazione, migliorando al contempo il controllo qualità e garantendo la conformità normativa.

- **Centric PLM™** integra best practice di settore e funzionalità innovative potenziate dall'AI, progettate specificamente per produttori del food & beverage, retailer e fornitori di servizi alimentari. Gestisce in modo fluido l'intero ciclo di vita del prodotto, dallo sviluppo iniziale del concept e della formula al packaging, qualità, collaborazione con i fornitori, etichettatura nutrizionale, produzione, razionalizzazione delle SKU e oltre. I risultati includono un miglioramento fino al 50% della produttività e una riduzione del 60% del time-to-market.
- **Centric Visual Boards™** è uno strumento a orientamento visuale per l'ottimizzazione del portafoglio prodotti. Uno spazio di lavoro accessibile integra dati e immagini in tempo reale provenienti da diversi sistemi aziendali. È un nuovo modo di lavorare, visivo e collaborativo, per garantire offerte di prodotto coerenti e in linea con i consumatori, riducendo drasticamente i tempi del ciclo di sviluppo degli assortimenti.
- **Centric PXM™**, la soluzione di product experience management (PXM) potenziata dall'AI, integra PIM, DAM, content syndication e digital shelf analytics (DSA) per ottimizzare il ciclo di commercializzazione del prodotto, trasformando l'esperienza del brand. Aumenta i canali di vendita, incrementa il sell-through e migliora i margini.

Le soluzioni di Centric Software, orientate dalle esigenze del mercato, vantano il più alto tasso di adozione da parte degli utenti, il massimo livello di soddisfazione dei clienti e il time-to-value più rapido del settore. Centric Software ha ricevuto numerosi premi e riconoscimenti di settore ed è regolarmente citata nei report e nelle ricerche dei principali analisti a livello mondiale.

Centric Software è una società controllata da Dassault Systèmes (Euronext Paris: #13065, DSY.PA), leader mondiale nel software di progettazione 3D, nei digital mock-up 3D e nelle soluzioni PLM.

Centric Software è un marchio registrato di Centric Software, Inc. negli Stati Uniti e in altri Paesi. Centric PLM, Centric Planning, Centric Pricing & Inventory, Centric Market Intelligence, Centric Visual Boards, Centric PXM, Centric PIM™, Centric DAM™, Centric Shoppingfeed® e Centric DSA™ (incluso Centric Digital Shelf Analytics™) sono marchi registrati di Centric Software, Inc. Tutti i marchi registrati di terze parti sono trademark dei rispettivi titolari.

 **CentricSoftware®**
www.centricsoftware.com



PRENOTA UNA DEMO

