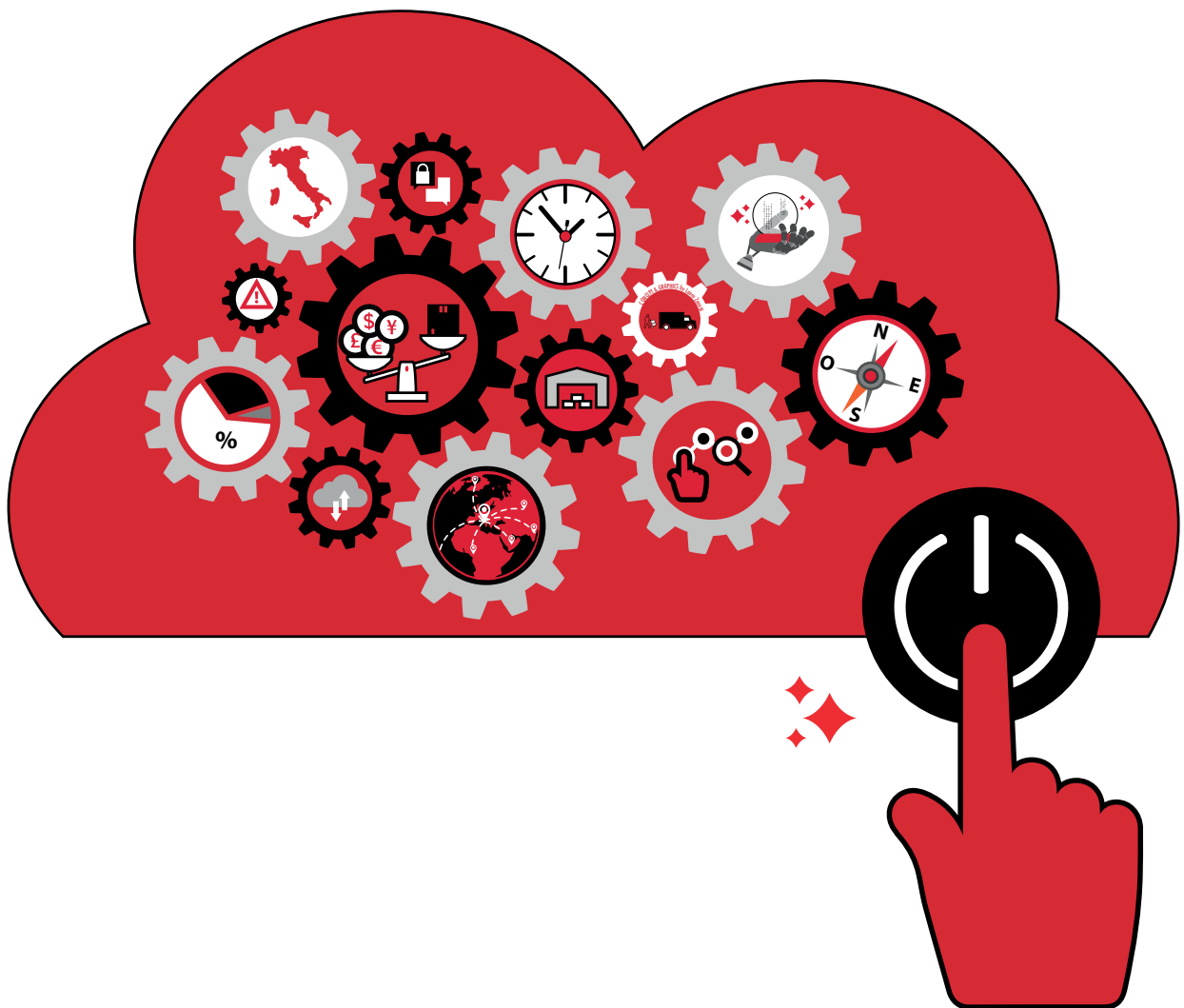


PMI ALLA RISCOSSA

Ripartire dal digital procurement
per competere nella digital economy



in collaborazione con

JAGGAER

INDICE

| | | |
|---|--|----|
| ■ | Introduzione | 3 |
| ■ | PMI prima e dopo il lockdown | 4 |
| ■ | PMI italiane versus PMI europee | 5 |
| ■ | Come cambieranno gli scenari di mercato | 7 |
| ■ | Come e perché è necessario ripensare i processi del procurement | 8 |
| ■ | La gestione del rischio nelle filiere globalizzate | 10 |
| ■ | Perché <i>digitale</i> è meglio: i vantaggi del source to pay digitale | 11 |
| ■ | Processi di approvvigionamento ottimizzati | 12 |
| ■ | Jaggaer NOW: e-procurement di classe enterprise a portata di PMI | 13 |

INTRODUZIONE

Molte piccole e medie aziende lamentavano già negli anni passati la diminuzione dei margini, la dilatazione dei tempi di pagamento e l'aumento dei fallimenti. La **pandemia è stata la prova del nove per il business delle PMI**: solo chi ha creduto per tempo nel digitale non si è fermato, mantenendo la **qualità della relazione e dei rapporti con clienti e fornitori**.

Oggi un modello di business sostenibile è vincolato alla **dematerializzazione di molte procedure e processi**. Le reti di approvvigionamento si stanno evolvendo, mettendo in connessione tutte le parti della filiera. In questo contesto **l'ufficio acquisti gioca un ruolo centrale**.

L'uso di piattaforme tecnologiche evolute per la gestione degli approvvigionamenti diventa strategico per la **ricostruzione di una supply chain resiliente e agile**.

PMI prima e dopo il lockdown

La pandemia ha avuto grossissime ripercussioni sul tessuto produttivo italiano. Il Covid ha evidenziato il ruolo centrale del digitale nel garantire anche alle piccole e medie imprese la continuità operativa e il business.

Le PMI italiane sono circa 156.754 e occupano un totale di oltre 4 milioni di addetti. Questo tipo di società rappresenta il 92% delle aziende attive sul nostro territorio, movimentando un fatturato di oltre 2 MLD di euro. Di queste, 130.300 sono piccole imprese (pari a 2,2 milioni di occupati) e 26.454 sono medie aziende (pari a 1,9 milioni di occupati). Oggi questo prezioso

tessuto imprenditoriale è sotto stress. Il posizionamento sui mercati internazionali e domestici, già difficile a causa della forte competizione e dell'impatto della globalizzazione, indicava segnali di crisi già un anno fa. Secondo gli analisti, dopo diversi anni di ripresa, nel 2018 le PMI hanno iniziato a registrare un calo dei fatturati (-0,3%) e della redditività netta (-0,7%). La riduzione della marginalità ha colpito maggiormente le medie imprese, le società agricole e quelle attive nell'industria. Sono cresciuti i debiti finanziari (+2,2%) e sono tornati ad aumentare i fallimenti, con incrementi più sostenuti nella produzione e nei servizi. I ricercatori fotografavano anche un peggioramento dei tempi di pagamento (Fonte: Osservatorio PMI Cerved - dicembre 2019).

Contenere la crisi potenziando le connessioni

Le previsioni dell'impatto economico della pandemia in Italia parlano di perdite tra i 5 e i 7 miliardi di euro (Fonte: Confcommercio 2020). Una condizione che, secondo gli analisti di Morgan Stanley, porterà a un crollo del Pil italiano del 5,8%. Una delle sfere potenzialmente più a rischio nelle aziende è quella del procurement. Soprattutto per quanto riguarda i settori con catene di fornitura integrate a livello globale, in cui le filiere sono obbligate a sviluppare con rapidità nuove strategie per ridurre i margini di rischio e aumentare la flessibilità.

Mai come in questo periodo è fondamentale mantenere le corrette connessioni: con i clienti ma anche con i fornitori.

Filiere che scricchiolano

Oggi l'impatto della pandemia rende il quadro ancora più complesso. Ai grossi problemi di approvvigionamento legati alla compromissione dei rapporti con i fornitori (specie quelli esteri), ha fatto seguito una forte crisi della domanda dovuta al calo del lavoro e all'inevitabile incertezza economica che sta pervadendo ogni segmento di mercato. Questo ha portato a uno shock di liquidità. A riuscire a garantire comunque la propria continuità operativa

sono state tutte quelle aziende che hanno investito per tempo nella digitalizzazione di processi e procedure, riuscendo in questo modo a mantenere le relazioni con clienti e fornitori. In molti casi queste imprese hanno potenziato la qualità e la quantità di servizi erogati a corredo dell'offerta attraverso partnership con le terze parti (corrieri ma anche i fornitori di meal delivery che hanno diversificato i propri servizi di consegna dei prodotti) e canali digitali: piattaforme B2B, app, chatbot ma anche la teleassistenza.

Il digitale ancora poco compreso

Solo tra il 10 e il 20 marzo la spesa per beni essenziali attraverso i canali digitali è cresciuta del 200% (Fonte: Q1 Shopping Index di Salesforce). La scelta di esporsi anche online, potenziando i canali di e-commerce, ha consentito a diverse piccole imprese di fidelizzare i clienti più abituali, ma anche di acquisirne dei nuovi, grazie alla possibilità di rivolgersi a milioni di utenti collegati da casa.

Immaturità digitale delle PMI

Le tecnologie digitali sono un potente alleato per proseguire l'attività aziendale da remoto in una situazione in cui gli accessi a uffici e impianti produttivi sono limitati. Ma la maggior parte delle PMI italiane sono ancora arretrate: poche le realtà che hanno sistemi informativi e repository di dati integrati accessibili in luoghi esterni all'azienda. Rispetto alle piattaforme gestite in cloud ne fanno uso solo 3 PMI su 10 (30%) mentre la diffusione di sistemi ERP non arriva alla metà delle realtà (Fonte: Osservatorio Innovazione Digitale nelle PMI 2020). Sotto la lente degli analisti del Politecnico di Milano, meno della metà delle PMI italiane (45%) investe nella digitalizzazione. I budget sono pari a meno dell'1% del fatturato. A fronte di un investimento così esiguo quasi

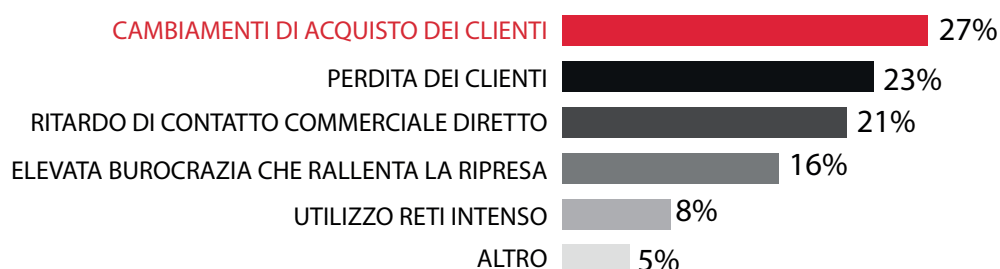
PMI italiane versus PMI europee

Secondo l'ultimo rapporto del DESI (l'indice creato dalla Ue per misurare e monitorare i progressi dei Paesi europei in termini di digitalizzazione dell'economia e della società), il livello di digitalizzazione delle PMI italiane è al di sotto della media europea. Solo un'azienda su 10 (10%) ha un canale eCommerce proprietario e vende online. Come fanno notare gli analisti, il livello delle PMI si attesta al di sotto della media europea (17,5%). Su 28 Paesi europei a confronto, le piccole e medie imprese italiane si collocano solo al 26° posto.

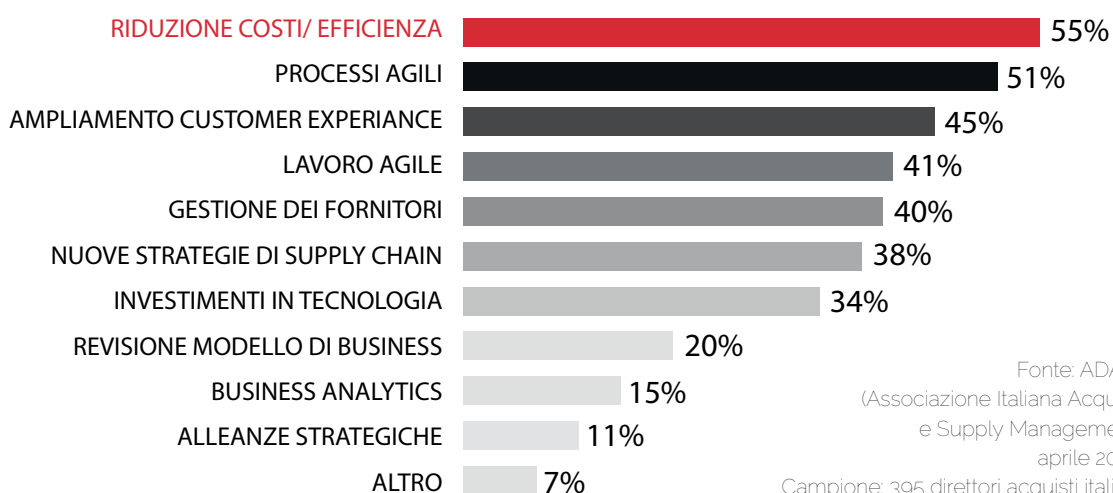
I ricercatori segnalano come nel nostro Paese sia ancora molto scarsa la maturità rispetto a un uso evoluto del digitale: se è vero che 8 aziende su 10 hanno un sito web è anche vero che poche sono quelle che presentano siti ottimizzati, performanti, mobile responsive e costantemente aggiornati.

Certo è che in fase di lockdown molte cose sono cambiate. Il regime di pandemia ha forzato le piccole e medie imprese a una revisione di processi e strategie finalizzate a gestire una situazione, della quale non è assolutamente possibile valutare sia l'intensità che la durata. Oltre alle imprese manifatturiere anche artigiani, ristoranti, botteghe alimentari così come tutti gli altri esercizi commerciali hanno capito l'importanza di avere un canale di vendita online ma anche la strategicità di avere procedure digitali tali da consentire di mantenere rapporti costanti con tutti i fornitori.

DOPO IL COVID-19 COSA SUCCEDERÀ?



QUALI SARANNO GLI OBIETTIVI PRIORITARI DELLE AZIENDE NEL 2020?



Fonte: ADACI
(Associazione Italiana Acquisti
e Supply Management)
aprile 2020
Campione: 395 direttori acquisti italiani

due aziende su 10 (17%) ammettono l'assenza di visione sul digitale il che rappresenta una forte barriera all'innovazione. La carenza di competenze digitali all'interno delle organizzazioni (siamo terz'ultimi su questa dimensione del Digital Economy and Society Index), è difficile pensare di restare al passo con l'innovazione ed è impensabile realizzare un piano organico di transizione al digitale.

Fase 1 e Fase 2: l'e-Procurement aiuta a fare la differenza

Un altro elemento critico emerso nella Fase 1 e nella Fase 2 è la digitalizzazione dei processi di approvvigionamento. Intervistati durante il lockdown da ADACI, i direttori degli uffici acquisti italiani hanno espresso le loro priorità. Per quasi 6 manager su 10 (55%) al primo posto c'è la riduzione dei costi e l'aumento dell'efficienza, seguiti a ruota

dalla volontà di rendere i processi più agili. Per 4 manager su 10 (40%) migliorare la gestione dei fornitori sarà un asset chiave. Gli acquisti, infatti, costituiscono una delle voci di bilancio più rilevanti per le aziende, sempre più propense al *buy* rispetto al *make*. Le PMI italiane, che generano il 60% del transato B2B, ancora non hanno colto la strategicità di sistematizzare i processi di approvvigionamento per ripensare in chiave digitale il modo in cui l'organizzazione funziona e si relaziona con i partner di business. Garantire certezza e sicurezza dei dati relativi alla spesa e ai fornitori, il tutto in modo conforme agli obblighi normativi, è possibile solo utilizzando strumenti automatizzati che consentono, per altro, un rapido riallineamento in caso di obiettivi mancati dando la giusta evidenza in merito a scostamenti e anomalie.

Come cambieranno gli scenari di mercato

ALTERNANZA TRA STOP & GO

Finché non si troverà un vaccino, ci saranno continui stop-and-go della domanda e della produzione legati a eventuali ricadute dei contagi e ai conseguenti brevi periodi di lockdown che serviranno a tenerli sotto controllo. Una dinamica che richiederà molto sforzo alle aziende per diventare resilienti e restare efficienti nonostante questi continui transitori. Dove si potrà, si privilegerà sempre più lo smartworking, che si è confermato una leva strategica della business continuity.

DAL GLOBAL SOURCING AL NEARSHORING

Per fronteggiare la crisi della produzione e dei trasporti ma anche per potenziare la salute e la sicurezza dei lavoratori, le supply chain verranno tutte ridisegnate. Per garantire maggiore rapidità, e soprattutto visibilità e controllo, diventeranno meno globali e più locali. Già da tempo al fenomeno dell'offshoring delle fabbriche verso il Lontano Oriente aveva fatto seguito il *reshoring* o quanto meno il *nearshoring* verso fornitori più vicini e maggiormente allineati ai fusi orari e alle regolamentazioni di produzione e consegna nazionali. Questi fenomeni subiranno una nuova accelerazione e probabilmente ci spingeranno a investire di più e meglio sul mercato italiano. Un'opportunità per le PMI, che dovranno essere pronte a inserirsi in filiere sempre più spesso digitalizzate.

GRANULARIZZAZIONE DELLA PRODUZIONE

Occorrerà ridisegnare le fabbriche, per favorire l'igiene, mantenere la distanza degli operatori, evitare la propagazione degli agenti patogeni, garantire la disinfezione delle superfici e via dicendo. Questo non richiederà solo una diversa disposizione dei layout produttivi, ma certamente spingerà l'automazione tramite l'uso di cobot, veicoli autonomi circolanti nei magazzini ma anche su strada o rotaia. Una delle ricadute possibili potrà essere la progressiva eliminazione del modello fordista delle grandi fabbriche con migliaia di tute blu, a favore di minifabbriche più distribuite sul territorio, più agili, innovative e propense a investire anche sulle tecnologie additive.

DIGITALIZZAZIONE A TUTTO CAMPO

Al di là delle contromisure sanitarie, la premessa indispensabile sarà digitalizzare tutti i processi di approvvigionamento. Eliminando la necessità di usare la carta e la firma manuale a supporto della gestione di ordini, bolle di consegna e fatture, le informazioni messe a sistema consentiranno di velocizzare le procedure e di introdurre meccanismi di controllo, valutazione e analisi sempre più avanzati a supporto dei processi decisionali. Integrazione e interoperabilità saranno abilitate da un crescente ricorso alle tecnologie e dalla digitalizzazione dei pagamenti che potenzieranno lo smartworking. Il digitale abilita anche il controllo a distanza di mezzi di produzione, remotizzando molte attività di supervisione dei processi industriali, di manutenzione e perfino di installazione di impianti e macchinari complessi, tramite la teleassistenza e l'impiego di soluzioni di mixed reality.

Come e perché è necessario ripensare i processi del procurement

Il ripensamento in chiave digitale del modo in cui un'organizzazione funziona e si relaziona con i partner di business inaugura nuovi modelli di gestione degli approvvigionamenti, risolvendo e rendendo più efficiente l'intero processo source-to-pay.

Alla luce delle tecnologie oggi disponibili, per un ufficio acquisti la gestione della relazione con i fornitori e della documentazione relativa non possono più prescindere dalla dematerializzazione e dalla digitalizzazione. Molte procedure, infatti, se vengono automatizzate portano semplificazione, velocità e trasparenza in tutte le attività svolte dagli operatori.

È ormai indubbio che la gestione documentale tradizionale sia un processo irrazionale e poco efficiente.

Scrivere, stampare, firmare, vidimare, spedire, fotocopiare, scansionare, archiviare, recuperare un documento cartaceo sono

tutte attività che richiedono tempo e risorse, e sono soggette a tassi di errore elevati.

Che cos'è l'eProcurement

L'eProcurement (Electronic Procurement) è il processo di approvvigionamento elettronico di beni e servizi attraverso l'uso di piattaforme digitali basate sul Web. Questo tipo di sistemi fa capo a un complesso di regole, modalità organizzative e procedure che comprendono l'impiego di software nonché di tecnologie Internet e di piattaforme di eCommerce utilizzate per gestire le modalità di scambio tra aziende e aziende (eCommerce B2B o Business to Business), tra aziende e privati



L'eProcurement semplifica le attività dell'ufficio acquisti, consentendo anche alle microimprese di gestire agevolmente l'intero processo di acquisizione di beni e servizi dalla nascita della richiesta o fabbisogno, passando attraverso la negoziazione o gara telematica, fino alla formalizzazione del servizio e relativo ordine-fattura.

Le soluzioni di eProcurement si basano su tecnologie di software as a service che si interfacciano a software gestionali e soluzioni più evolute come gli ERP (Enterprise Resource Planning).

I punti di forza di una soluzione digitale di eProcurement si possono sintetizzare in 5 punti chiave:

1

Dematerializzazione e sistematizzazione dei processi di acquisto, che diventano più veloci, efficienti, funzionali e sempre allineati alla compliance

2

Non occorre installare nulla. Tutta la tecnologia e le informazioni sono fruibili via Internet su applicativi in modalità Software as a Service

3

Tracciabilità di tutte le attività svolte dall'acquirente e dal fornitore per garantire massima trasparenza in caso di controversie

4

Disponibilità delle informazioni gestite, grazie a sistemi e procedure di disaster recovery e alta affidabilità che garantiscono la business continuity

5

Altissime garanzie di sicurezza, tracciabilità, trasparenza e continuità, verificate e certificate da enti terzi accreditati, che tutelano gli utenti

(eCommerce B2C o Business to Consumer) o tra aziende e istituzioni pubbliche (B2G o Business to Government).

Efficienza e risparmio sui costi

La premessa all'eProcurement è la digitalizzazione dell'intero ciclo dell'ordine (contando i risparmi in termini di manodopera, carta, costi di trasmissione e spazio legato allo stoccaggio dei documenti), che permette di ridurre drasticamente i costi, eliminando le lungaggini burocratiche legate alla gestione cartacea e incrementare l'efficienza delle procedure. Gli analisti del Politecnico, in base allo studio dei vari comparti, hanno stimato risparmi nell'ordine dell'84% nell'ambito del settore

materiali edili al 67% del farmaceutico, passando dall'82% nei settori materiali elettrici e largo consumo, all'80% nella produzione di elettrodomestici (Fonte: Osservatori Politecnico di Milano 2018).

L'ufficio acquisti nell'era digitale

Le reti di approvvigionamento si stanno evolvendo, mettendo in connessione tutti gli operatori della filiera. La trasformazione digitale è inevitabile e le imprese più efficienti la stanno cavalcando. Anche tra le PMI è l'ufficio acquisti a giocare un ruolo chiave per l'attivazione del business. Il lockdown non può essere un freno alle attività: l'uso di piattaforme tecnologiche evolute per la gestione degli approvvigionamenti è strategico per la ricostruzione di un

sistema commerciale resiliente e agile. L'eProcurement aiuta i responsabili degli uffici acquisti in tutte le fasi organizzative: dalla selezione, qualificazione e valutazione dei migliori fornitori per la propria azienda, all'applicazione corretta di tutti gli aspetti legali necessari fino a includere la definizione di contratti di acquisto completi. Il tutto usufruendo di strumenti a supporto della classificazione, razionalizzazione e definizione degli obiettivi economici e operativi legati alle aspettative delle funzioni interne aziendali. La tecnologia definisce il processo di acquisto ideale per ogni azienda. Valorizzando il patrimonio fornitori lungo tutto il processo di approvvigionamento, le procedure di eProcurement assicurano la tracciabilità dell'intero iter di approvvigionamento (dalla prima ricerca di beni o servizi fino alla stipula del relativo contratto), garantendo completa visibilità su ogni fase della relazione, contribuendo a migliorare l'intera gestione degli acquisti.

La sostenibilità delle PMI

In un contesto in cui le aziende spendono sempre di più per l'acquisto di beni e servizi, la

gestione digitale degli approvvigionamenti porta grandi benefici in termini di produttività del personale e saving sui prezzi d'acquisto. È necessario ampliare la prospettiva: al raggiungimento degli obiettivi aziendali di breve (budget) e medio (piano) periodo, si affianca la questione essenziale della sostenibilità. La ricerca di un modello di business sostenibile per le PMI implica la capacità di reagire alla digitalizzazione estensiva del panorama economico, ormai ineluttabile. Una modernizzazione che è ancora più importante pensando al fenomeno del *reshoring* o quanto meno il *nearshoring*, che sta spostando l'attenzione dei grandi committenti verso fornitori più vicini e maggiormente allineati ai fusi orari e alle regolamentazioni di produzione e consegna nazionali. La digitalizzazione e standardizzazione delle procedure richieste dai grandi committenti impone ai fornitori un percorso di adeguamento necessario. Un tema rilevante per le PMI, dotate generalmente di uffici acquisti di dimensioni limitate, dove i professionisti spesso devono dividersi su più attività e non hanno le competenze necessarie per migrare sulle piattaforme digitali.

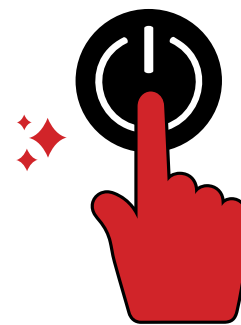
La gestione del rischio nelle filiere globalizzate

La moderna evoluzione delle catene del valore ha frequentemente portato le aziende a deverticalizzare la supply chain. Il modello di riferimento delega parti crescenti del proprio processo primario a fornitori di primo, secondo e terzo livello, capaci di realizzare in tali attività considerevoli economie di scala o di scopo. Ma funziona solo se nella valutazione dei fornitori si stabiliscono piani di riserva, tenendo in considerazione tutti i fattori di rischio che possono inficiare i meccanismi di approvvigionamento:



- emergenze sanitarie
- calamità naturali
- cambiamenti climatici
- instabilità politica
- instabilità economica
- variazioni dei prezzi

Perché digitale è meglio



Le soluzioni *Source To Pay* automatizzano e formalizzano la gestione dell'intero ciclo di acquisto, dalla selezione dei fornitori fino alla fatturazione, integrando il tutto in un unico ambiente online.

La digitalizzazione dei processi cosiddetti di *Source to Pay*, è un asset strategico della produttività e del business.

Dalla fornitura alla gestione dell'ordine, fino a includere la gestione di tutta la fatturazione per l'ufficio acquisti potersi avvalere di una suite di applicazioni integrate, immediate e intuitive, porta massima efficienza in tutte le attività, nel pieno rispetto di tutte le evoluzioni

normative. Oltre a ridurre gli sforzi operativi, la tecnologia permette alle aziende di monitorare sistematicamente la relazione con i fornitori, con particolare riferimento a obblighi contrattuali, scadenze, modifiche rinnovi, recessioni e via dicendo. In questo modo si aumenta la visibilità sull'intero ciclo di vita del contratto, riducendo il rischio di operare senza le corrette coperture contrattuali.

I VANTAGGI DEL SOURCE TO PAY DIGITALE IN 6 PUNTI

1

Gestione centralizzata, con un sistema di archiviazione documentale, protetto e sicuro, che offre efficienza e agilità nel recupero delle informazioni

2

Processi più rapidi: qualificare i fornitori, comparare le offerte, negoziare, gestire contratti e ordini. Il tutto senza carta, e senza ridigitazione dei dati

3

Ambiente integrato che assicura piena visibilità e massima trasparenza informativa tra attività di approvvigionamento, gestionali ed ERP

4

Continuità operativa: il ciclo di acquisto può essere interamente gestito da remoto anche in casi emergenziali

5

Reportistica dettagliata e sistemi di valutazione e segnalazione supportati dall'intelligenza artificiale

6

Maggiori opportunità di business con i grandi player che tendono sempre più ad operare con filiere digitali

LE DINAMICHE DI UN PROCESSO SOURCE TO PAY

PROCESSI A MONTE (Source to Contract)

PROCESSI A VALLE (Procure to Pay)



La tecnologia consente all'ufficio acquisti di:

- Tenere sotto controllo la spesa
- Monitorare fornitori e categorie di approvvigionamento
- Presidiare termini del contratto e prezzi
- Digitalizzare transazioni e procedure
- Ottimizzare le attività e razionalizzare i costi
- Garantire la piena conformità normativa



Fatturazione elettronica

Processi di approvvigionamento ottimizzati

Operando in un'economia globalizzata, le PMI devono adattarsi al cambiamento digitale dei mercati. Oggi più che mai. Soprattutto quando si tratta di realtà che operano come fornitori o subfornitori delle grandi aziende e che devono adattarsi alle nuove logiche operative all'insegna della standardizzazione e dell'automazione. Essere in linea con tutti i parametri di valutazione e di classificazione perseguiti dai committenti non è facile se non ci si affida a piattaforme adeguate. Non basta saper gestire in modo opportuno le

informazioni utili a candidarsi nei processi di selezione, rispondendo in modo conforme ai criteri relativi a nazionalità, tipologia di produzione, fatturato e via dicendo. Oggi esistono ulteriori parametri di valutazione, diversificati in base ai settori e agli ambiti operativi. Per rimanere competitiva, la PMI non può prescindere dall'uso di una piattaforma di Source To Pay che, oltre a garantire la compliance rispetto all'evoluzione continua delle normative, semplifica la relazione con tutti i referenti: clienti e fornitori.

Classificazione dei fornitori*

- fornitori abituali (nearshoring)
- fornitori abituali (offshoring)
- fornitori nuovi
- fornitori potenziali
- fornitori qualificati con riserva
- fornitori sospesi
- fornitori non qualificati

Fattori di valutazione



* Per tenere sotto controllo il processo di qualificazione dei fornitori vanno monitorati:
 . numero totale dei nuovi fornitori registrati nel corso dell'anno;
 . percentuale dei fornitori che hanno ottenuto una valutazione continua positiva, positiva con riserva e negativa
 . voto medio relativamente alla valutazione periodica dei fornitori

Jaggaer NOW: eProcurement di classe enterprise a portata di PMI

Le piattaforme di eProcurement complete supportano l'intero ciclo del Source to Pay (S2P), a sua volta composto da due macro processi: S2C (Source to Contract) e P2P (Procure To Pay). Il primo è più orientato alle azioni strategico decisionali, quali ad esempio monitoraggio e analisi della spesa, governance e tracciabilità del processo negoziale, analisi e valutazione del parco fornitori. Il secondo è focalizzato sugli aspetti transazionali-operativi inerenti l'acquisto del bene e servizio, utilizzando cataloghi online, l'emissione dell'ordine e relativa entrata merce, fino alla ricezione delle fatture e al pagamento dei fornitori. La digitalizzazione dei processi di acquisto in

passato è sempre stata percepita come non prioritaria. Ma un sistema di e-Procurement completo, che centralizza le informazioni su fornitori, contratti, ordini di acquisto, entrate merci, fatture e registrazioni di pagamento aumenta in modo esponenziale la qualità, l'accuratezza, la completezza, della gestione. Considerando che le informazioni non corrette portano di solito a decisioni sbagliate, il procurement elettronico riduce in modo significativo la quantità di dati non validi nei sistemi aziendali consentendo, ad esempio, una migliore pianificazione dei pagamenti con la possibilità di evidenziare quelli effettuati per errore in eccesso. L'uso di piattaforme tecnologiche evolute



La tecnologia oggi offre un'opportunità senza precedenti alla nostra dorsale di imprese piccole e medie: la sua evoluzione l'ha resa democratica e accessibile a tutti. Una soluzione standardizzata di e-procurement, frutto dell'esperienza customizzata fatta sui grandi e grandissimi player, permette alle PMI di fare un salto in avanti verso la digitalizzazione del procurement. È un treno da non perdere, se si vuole competere con successo nel grande scenario come le nostre aziende meritano. E questo è il momento migliore per farlo.

Mario Messuri,
General manager di Jaggaer Italia e VP South Europe

per la gestione degli approvvigionamenti porta razionalizzazione, ordine ma anche maggiore efficienza, velocità e sicurezza nelle piccole e medie imprese.

Finora, per motivi diversi, le PMI non hanno potuto godere appieno dei benefici derivanti dal digitale.

Ora questo limite può essere superato grazie ai progressi della tecnologia.

I plus di Jaggaer NOW

Jaggaer NOW è la soluzione di classe enterprise a portata di PMI: estremamente semplice, intuitiva e funzionale, non richiede alcun investimento a livello di infrastrutture e permette di essere operativi in massimo 4/6 settimane perchè standard. Il sistema è erogato in cloud, attraverso una pratica interfaccia web. In ogni momento è possibile accedere al programma e

alle informazioni utilizzando qualsiasi dispositivo, fisso o mobile: chi opera in smartworking potrà monitorare processi e spese anche da remoto. La soluzione offre una suite di strumenti importanti per le direzioni acquisti che, senza dover essere presenti in ufficio, possono gestire in digitale le attività cardine del processo di acquisto quali albo fornitori, sourcing, contratti, ordini da catalogo in maniera semplice e immediata, nel rispetto delle peculiarità di ciascun settore di mercato. In particolare, la qualificazione dei fornitori è gestita attraverso alberature di classificazione specifiche per i diversi settori, consentendo di avere tempo reale tutte le informazioni necessarie a ottimizzare la catena di approvvigionamento. Il tutto con una sicurezza blindata del servizio garantita da un ecosistema di certificazioni ISO.

LE PAROLE MAGICHE PER IL DIGITAL PROCUREMENT DELLE PMI: STANDARD E VELOCITÀ



Jaggaer NOW integra i cinque punti di forza di JAGGAER:

1

COMPLETEZZA E AGILITÀ

JAGGAER offre soluzioni best-in-class necessarie per ogni attività di pianificazione, esecuzione, analisi e compliance della spesa ottimizzando, in chiave digitale, la gestione di ogni strategia e categoria di spesa. Jaggaer NOW concentra l'essenziale specifico per le PMI!

2

SOLUZIONI SU MISURA PER I DIVERSI SETTORI

JAGGAER vanta una profonda conoscenza verticale delle diverse industry, per soddisfare esigenze di business, di categorie di acquisto e di processo anche molto specifiche. Jaggaer NOW offre processi di qualifica fornitori specifici per i diversi settori.

3

VELOCITÀ DI IMPLEMENTAZIONE

Jaggaer NOW è una soluzione standard, ovvero preconfigurata per settore sulla base della ventennale esperienza Jaggaer nello spend management, ed erogata in Saas. I tempi di implementazione sono di sole 4/6 settimane.

4

ACCELERAZIONE DEL ROI

Studiato per semplificare la vita dell'ufficio acquisti, Jaggaer NOW è facile da utilizzare per ogni tipo di realtà operativa. E i risultati in termini di risparmio di tempo ed efficienza arrivano molto rapidamente, accelerando il ROI.

5

AUTOMAZIONE

Jaggaer NOW automatizza la gestione del procurement operativo integrando i due flussi base del ciclo Source to Pay (anagrafica fornitori e ordini) con gli ERP.

**Insieme, questi
cinque punti di forza
sono alla base del concetto
di *procurement simplified***

JAGGAER è il più grande provider indipendente in soluzioni per lo Spend Management, a livello mondiale, con una rete di 4 milioni di fornitori in 70 paesi del mondo, serviti da uffici distribuiti in America, APAC, Asia ed Emea. JAGGAER offre soluzioni complete per il processo di acquisto source-to-pay, erogate in modalità SaaS, attraverso funzionalità evolute per lo spend analytics, il category management, il sourcing, la gestione fornitori, la gestione del ciclo di vita dei contratti, l'eProcurement, l'Invoicing, il Supply Chain Management e l'Inventory Management tutto attraverso un'unica piattaforma, JAGGAER ONE. Quale pioniere in soluzioni per la gestione della spesa da oltre due decenni, JAGGAER continua a guidare l'innovazione ascoltando e rispondendo alle esigenze di stakeholders e clienti di tutti i settori di mercato, compresa la Pubblica Amministrazione. JAGGAER è inoltre titolare di ben 37 brevetti, più di qualsiasi altra azienda specializzata in soluzioni per lo Spend Management.

JAGGAER si rivolge alle piccole e medie imprese con una soluzione specifica, denominata Jaggaer NOW, che racchiude in un una piattaforma agile, semplice e di rapida implementazione le funzionalità necessarie per fare il salto verso la gestione in digitale del processo di acquisto.

www.jaggaer.com/it

JAGGAER 

Milano, Italia
Via Rombon 11
20134 Milan
Phone: +39 02 210 512 1
marketing.it@jaggaer.com

NETWORK **DIGITAL** 360

Network Digital360 è il più grande network in Italia di testate e portali B2b dedicati ai temi della Trasformazione Digitale e dell'Innovazione Imprenditoriale. Ha la missione di diffondere la cultura digitale e imprenditoriale nelle imprese e pubbliche amministrazioni italiane e di fornire a tutti i decisori che devono valutare investimenti tecnologici informazioni aggiornate e approfondite. I portali del Network sono oltre 50, tra cui: AgendaDigitale.eu, AI4Business, BigData4Innovation, Blockchain4Innovation, CorCom, Cybersecurity360, Digital4Executive, Digital4Trade, EconomyUP, Internet4Things, PagamentiDigitali, StartupBusiness, ZeroUno. Il Network è parte integrante di Digital360HUB, il polo di Demand Generation di Digital360 Group, che mette a disposizione delle tech company un'ampia gamma di servizi di comunicazione, storytelling, P.R., content marketing, marketing automation, inbound marketing, lead generation, eventi e webinar.