

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

1. Conocer y familiarizarnos con el cliente 5.0 y lo que este va a demandar para saber los cambios que necesita la logística actual y convertirse en logística 5.0. 2. Conocer la gestión y operativa que necesitan las empresas hacia la logística 5.0 para saber desarrollar todos y cada uno de los pasos necesarios para ello y saber implementarlos en la empresa. 3. Conocer las tecnologías disruptivas para saber como utilizarlas en la empresa y como gracias a ellas se puede ser más competitivo.

CONTENIDOS

Unidad 1. El cliente 5.0

- 1.1. Cadenas de suministro tradicionales
- 1.2. Cadenas de suministro moderna
- 1.3. Cadenas de valor 5.0
- 1.4. Concepto de logística 5.0

2. El cliente 5.0

- 2.1. Características del cliente 5.0
- 2.2. ¿Qué le pedirá el cliente 5.0 a la logística 5.0?
- 2.3. Del cliente 5.0 al usuario 5.0

3. ¿Cómo será la «nueva» logística? Caminar hacia la logística 5.0

- 3.1. Cadenas de suministro más competitiva
- 3.2. Logística centrada en los costes
- 3.3. Fuerte inversión y desarrollo en tecnología e innovación
- 3.4. Profunda revisión del modelo de negocio
- 3.5. Uso del liderazgo para aumentar el valor de los procesos logísticos
- 3.6. Poner el foco en la «experiencia» del cliente

4. Los pilares de la logística 5.0

- 4.1. Promoción del talento de nuestros trabajadores
- 4.2. Colaboración dinámica
- 4.3. Liderazgo CO

Unidad 2. Gestión operativa 1. Iniciar el cambio. Paso 1. Meta: superar la tormenta

- 1.1. Hoja de ruta hacia la logística 5.0
- 1.2. Implementar el plan de gestión de riesgos
- 1.3. Plan logístico preventivo
- 1.4. Plan logístico de contención

2. Continuar la recuperación. Paso 2. Meta: construir una base de operaciones

- 2.1. Nuestro «búnker» operativo
- 2.2. Crear equipos de alto rendimiento logístico (EARL)
- 2.3. Medir el impacto de nuestros procesos: mapas de procesos e indicadores de proceso clave
- 2.4. Obtener la mayor cantidad de información: mapa de relaciones e indicadores de cadena clave

3. Conseguir la estabilización. Paso 3. Meta: tener el control en todo momento

- 3.1. Focalizar costes e inversiones
- 3.2. Trabajar codo con codo con proveedores y clientes
- 3.3. Mejorar nuestro pronóstico o forecast
- 3.4. Conseguir victorias rápidas o quick wins

4. Lograr la resiliencia. Paso 4. Meta: conseguir una recuperación rápida de la operatividad logística

- 4.1. Resiliencia logística: esquema de éxito
- 4.2. Las ocho categorías de la resiliencia logística
- 4.3. Ciclo physi-digital de la resiliencia logística

5. Gestionar los costes de la cadena. Paso 5: lograr un control de costes 5.0

- 5.1. Generar una ventaja competitiva a través de los costes logísticos
- 5.2. Los costes ocultos en la gestión logística
- 5.3. Distribución de costes en la cadena de suministro
- 5.4. Pautas para conseguir en nuestra logística un control de costes 5.0

Unidad 3. Tecnologías disruptivas

1. Las siete grandes dudas de la empresa logística ante el reto de la transformación digital
- 1.1. La transformación digital es, ante todo, un proceso
- 1.2. La transformación digital debe estar centrada en nuestros clientes
- 1.3. La transformación digital no es solo aplicar tecnología a nuestros procesos y operaciones
- 1.4. La transformación digital es un cambio organizacional y cultural
- 1.5. La transformación digital es convertirse en una empresa millennial
- 1.6. La transformación digital debe estar impulsada desde arriba
- 1.7. La transformación digital tiene un arma secreta: el talento de las personas

2. Tecnologías disruptivas que se formarán parte de la logística 5.0

- 2.1. Internet de las cosas (IoT) y computación en la nube (cloud computing)
- 2.2. Blockchain
- 2.3. Realidad virtual aumentada
- 2.4. Cobots, vehículos guiados automáticamente (AGV) y drones
- 2.5. Inteligencia artificial

Inteligencia artificial3. Visibilidad 5.0: eliminar los puntos ciegos de la cadena de suministro3.1. Desafíos a los que se enfrenta la visibilidad 5.03.2. Torre de control para lograr una visibilidad de extremo a extremo (end-to-end, E2E)3.3. Cómo poner en marcha nuestra torre de control3.4. Tecnologías que hacen posible la visibilidad 5.04. El Big Data en logística no es el principio, pero sí el objetivo final de la logística 5.04.1. ¿Cómo transforma el big data nuestra logística?: de la cadena de suministro a la cadena de valor 5.04.2 ¿Cómo trabaja el big data para nuestra logística?: de los datos al valor 4.3 ¿Dónde se generan los datos en la cadena de suministro?4.4 ¿Qué desafíos permite abordar con garantías el big data en logística?5. Comercio electrónico y última milla como reto crucial para la logística 5.05.1 Descubrir nuevos canales de venta: marketing logístico5.2 La omnicanalidad nos hará llegar a todos los clientes5.3 ¿Qué demanda el comercio electrónico al reparto de última milla? 5.4 Tecnologías de preparación de pedidos y de reparto de última milla: delivery 5.0