



**"Nuestra pasión
es personalizar
tu experiencia
de compra"**

pikolin

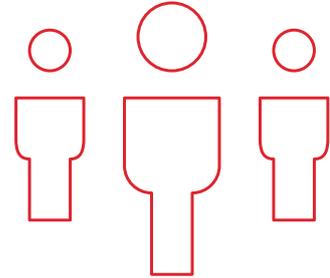
1. "MÁS DE 70 AÑOS HACIENDO LO QUE NOS APASIONA: LA MEJORA CONTINUA".

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA.

Grupo Pikolin en cifras

72 AÑOS DE TRAYECTORIA

3.092 EMPLEADOS



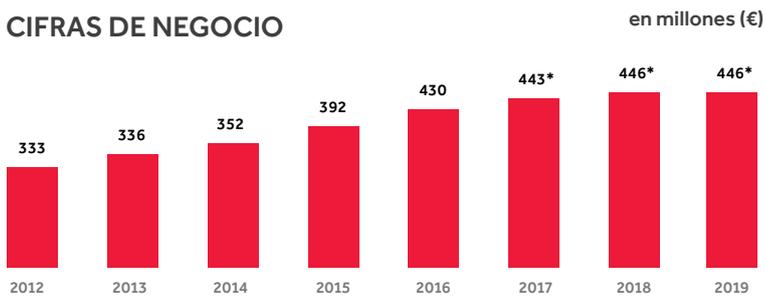
493 TIENDAS EN TODO EL MUNDO

96% RECONOCIMIENTO DE LA MARCA PIKOLIN

+50 ACUERDOS CON CADENAS HOTELERAS INTERNACIONALES

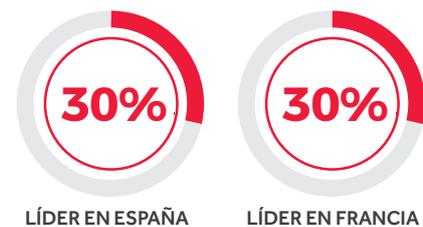
100 PATENTES

CIFRAS DE NEGOCIO



* Dato consolidado con el 100 % COFEL

CUOTAS DE MERCADO



13 MARCAS COMERCIALES

10.000 DISTRIBUIDORES EN TODO EL MUNDO

Pikolin en cifras

225.000m² SUPERFICIE

EL MAYOR COMPLEJO INDUSTRIAL DE EUROPA CON CAPACIDAD PARA:

700.000 COLCHONES

200.000 BASES

800.000 ALMOHADAS

COMPROMETIDOS CON:

INNOVACIÓN



SOSTENIBILIDAD



pikolin
Nuestro compromiso con la sostenibilidad no descansa.



CALIDAD



Datos de la persona de contacto a efectos de la candidatura a este premio:

Nombre: M^a Jesús Trasobares Faubell / Teléfono: 696723510 / Email: mariajesus.trasobares@pikolin.com

2

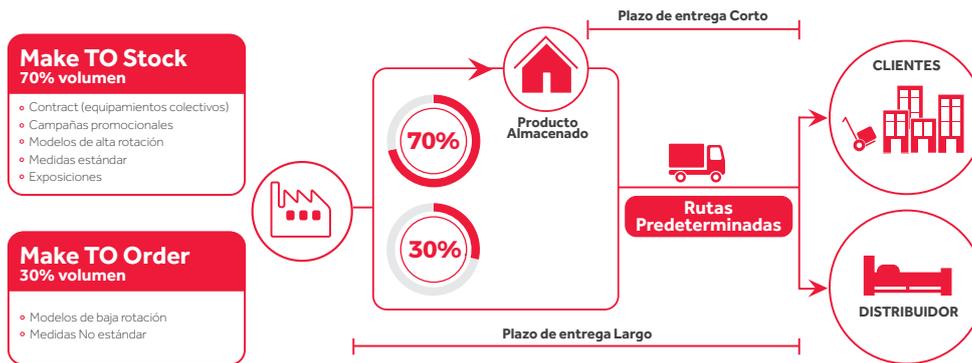
“NUESTRA PASIÓN SIEMPRE HAS SIDO TÚ...”.

SITUACIÓN DE PARTIDA.

“Nuestra cadena de suministro orientada a ti”

Transformamos nuestra cadena de suministro tradicional, que ha sido una de las bases estratégicas de la compañía para mejorar la experiencia de compra del consumidor ofreciéndole la posibilidad de personalizar sus productos, poder comprarlos dónde y cuándo quiera, y que le sean entregados en el momento y lugar que decida.

Antes de poner en marcha el nuevo proyecto.



El modelo productivo contra stock se basa en garantizar la disponibilidad del producto acabado mediante:

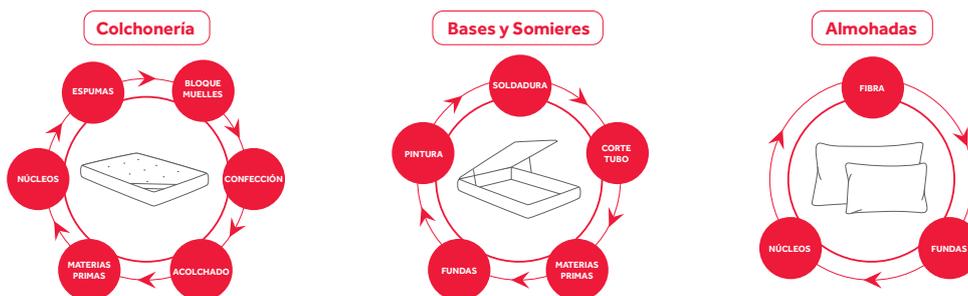
- La planificación de lotes óptimos de producción y lotes económicos de compra de materiales.
- La búsqueda de eficiencias productivas y de economías de escala.
- Una gran estabilidad en las diferentes fases productivas.

Por el contrario, garantizar la disponibilidad del producto gestionado a través del modelo productivo contra pedido es mucho más costoso en cuanto a:

- Criterios de planificación
- Incremento de las mermas
- Set up de máquinas
- Aprovisionamiento de materiales, etc.
- Lotes de fabricación unitarios

Lo que hace a este modelo ser más exigente con toda la cadena de suministro.

Nuestro proceso industrial es muy complejo. Dentro de nuestro complejo industrial, PLAZA, existen 10 “minifactorías”, que producen componentes y semielaborados para su posterior montaje final, 2 almacenes de materia prima (textil y metálico) y 1 almacén de producto terminado. Este gran entramado convive con nuestros 17 centros logísticos repartidos por España y Portugal.



Tradicionalmente, cada “minifactoría” tenía su propia gestión (planificación individual, criterios de aprovisionamiento específicos para cada planta, política de stocks intermedios en base a criterios productivos “por individual”, secuencia de fabricación acorde a sus necesidades, etc. En definitiva, coexistían dentro de la misma plataforma diferentes criterios de gestión, lo que permitía obtener la mejor eficiencia y productividad de cada “minifactoría” individualmente.

3. " ... PERO AHORA MÁS QUE NUNCA TE PONEMOS, A TÍ, CONSUMIDOR, EN EL CENTRO" RETO.



"Queremos que personalices al máximo la experiencia de compra de tu equipo de descanso"

CONSUMIDOR

- Escoge lo que quiere
- Decide cuando y donde comprar
- Decide cuando lo quiere

"Escoge lo que quieres entre marcas y tecnologías"

Ampliamos el porfolio de atributos sobre los que puedes elegir.

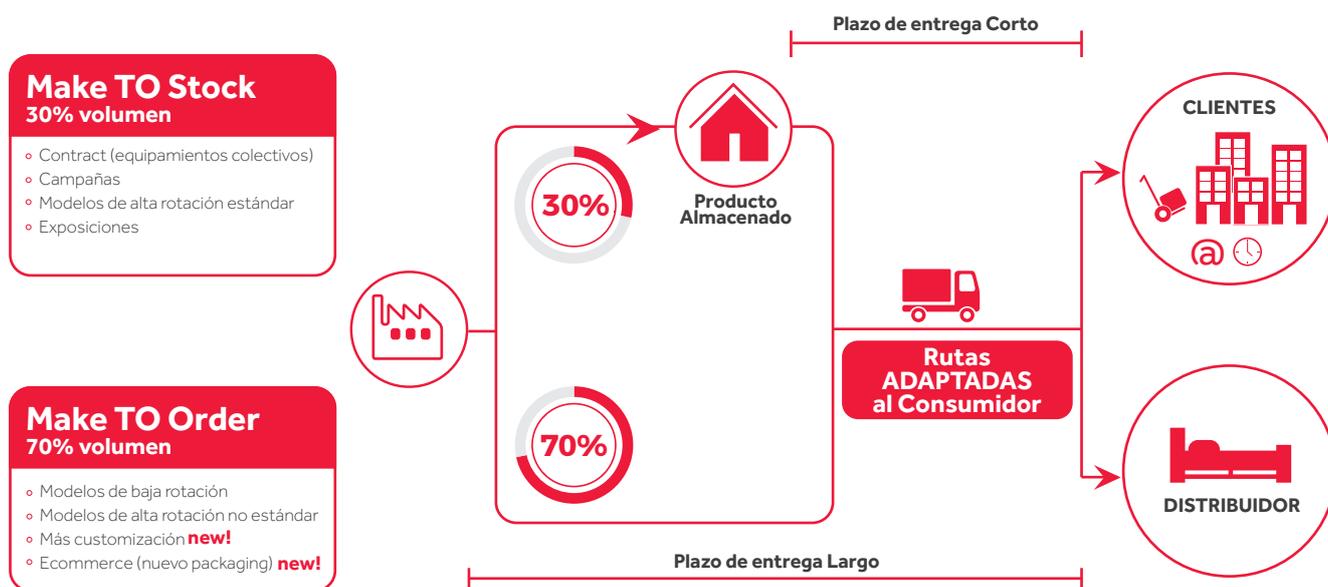
"Decide dónde lo compras"

Potenciamos la omnicanalidad. Pikolin es off y on.

"Decide cuándo lo quieres"

Tú decides la fecha de entrega y facilitamos la comunicación contigo gracias a aplicaciones y entornos web.

Gracias al nuevo proyecto,, la producción basada en el modelo tradicional **ha dado un giro de 180°**. La producción del modelo "Make To Stock" se ha reducido del 70% al 30% mientras que la del modelo "Make To Order" se ha incrementado del 30% al 70%.



El proyecto se inicia en el año 2017 buscando dar la mejor respuesta a las nuevas necesidades de un consumidor mucho mas exigente, bajo la premisa de no poner en riesgo la competitividad (Lead Time y Coste) ni la fiabilidad de entrega.

3. “... PERO AHORA MÁS QUE NUNCA TE PONEMOS EN EL CENTRO”

RETO.

Los desafíos fueron:

El consumidor decide cuándo lo quiere:

Hemos lanzado una nueva página web que será acompañada de una aplicación móvil (APP), para facilitar que el consumidor pueda elegir día y hora de entrega de su producto en el momento que realiza la compra, pudiéndose visualizar el estado del pedido en todo momento (tracking logístico on line).



El Consumidor decide dónde comprar:

A la oferta de venta tradicional se añade la compra por internet, tanto de forma directa con nuestro nuevo e-commerce, como indirecta, a través de las webs de nuestros clientes habituales.

Esta omnicanalidad ha hecho que tengamos que desarrollar nuevas formas de embalaje. Los colchones de venta online deben enrollarse para adaptar su volumen a las especificaciones de las empresas de paquetería. Lo mismo ocurre con las bases para el descanso, donde se deben adaptar en diferentes cajas los múltiples componentes en base a las medidas y pesos de los bultos.

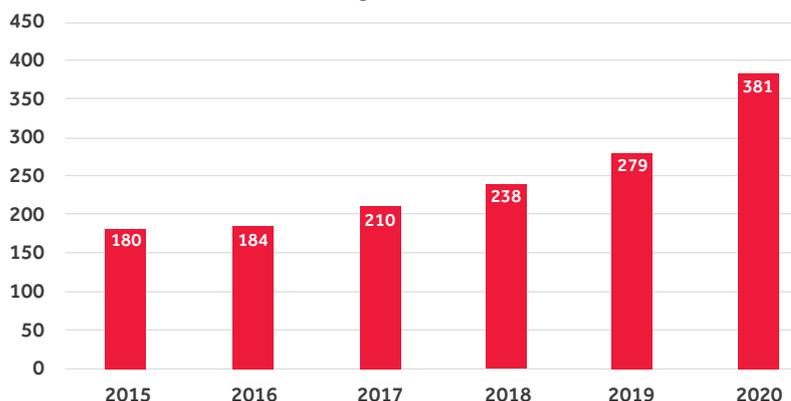
Puesto que muchos de nuestros productos precisan de montaje, en Pikolin ofrecemos un servicio diferencial, siempre ofrecemos la tradicional entrega domiciliaria en España Y Portugal. Porque queremos ponértelo fácil.

El consumidor escoge lo que quiere:

Como proyecto piloto se ha trabajado en el catálogo de bases, donde a día de hoy, ya estamos ofreciendo al consumidor poder elegir entre los siguientes atributos:

- Tapa embutida o no embutida
- Esquinas rectas o curvas
- Colores (45 tejidos)
- Alta o baja capacidad de almacenaje
- Apertura manual o eléctrica
- Mando a distancia, etc

Modelos en vigor de BASES - SOMIERES



4. "¿CÓMO HEMOS CONSEGUIDO PONERTE EN EL CENTRO?"

■ ACTUACIONES.

"En Pikolin hemos reformulado la cadena de suministro"

Poner al consumidor en el centro de nuestro negocio ha tenido un impacto relevante para Pikolin, puesto que ha sido necesaria una reformulación completa de todo el modelo de cadena de suministro, y ha supuesto realizar cambios fundamentales en los distintos procesos.

Estos cambios han requerido de la implantación de las siguientes iniciativas:

1

IMPLANTACIÓN DEL LOTE UNITARIO

Para ello, se han implantado tecnologías de la industria 4.0, que han supuesto una inversión en equipos de 5 millones de euros.

2

PLANIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN SEGÚN SECUENCIA DE LA ENTRADA DE PEDIDOS

En Pikolin ya no planificamos la producción priorizando las restricciones de fábrica y buscando las economías de escala. Ahora, de verdad el consumidor está en el centro de nuestra producción y por ello la planificación se genera a partir de la entrada real de pedidos. Eres **tú, como consumidor, quien nos mueve.**

3

SINCRONIZACIÓN DE LOS PROCESOS DE FABRICACIÓN Y APROVISIONAMIENTO

Hemos creado un orden y ritmo unico entre centros que nos ha permitido sincronizar la producción con la planificación

4

DISEÑO DE NUEVOS INTERFACES DE COMUNICACIÓN CON EL CONSUMIDOR

Somos capaces de sincronizar:

- La planificación con la entrada de pedidos.
- La producción con la planificación.
- La entrega del producto con la producción.

Por lo que podemos concretar fecha de entrega en el momento en el que el consumidor compra el producto.

Pasar de **entregar en una fecha y ruta predeterminada por Pikolin a que el consumidor pueda elegir entre varias fechas disponibles en el momento de compra necesita una comunicación en tiempo real con el consumidor.**

Un entorno web y una aplicación móvil (APP), donde el cliente puede elegir la fecha de entrega y **en todo momento conocer el estado de su pedido.**

5

“Y LO HEMOS CONSEGUIDO”.

RESULTADOS.



Modelo implantado en la planta de BASES y SOMIERES.



Modelo implantado en la planta de COLCHONERÍA.

Hemos sido capaces de adaptar la cadena de suministro a las demandas del consumidor:

- Sin perder competitividad respecto al modelo anterior.
- Manteniendo la fiabilidad en la entrega.
- Sin verse afectado el coste ni el plazo de servicio, siendo incluso mejorado en algunas líneas de producto.

PARA PIKOLIN

“Hemos ahorrado más de 2M de €.

- Sin verse afectada la productividad de la mano de obra.
- Reduciendo la sobreproducción y el stock intermedio.
- Liberando espacio dentro de fábrica.
- Reduciendo la huella de carbono por una logística más certera.

PARA TI

El nuevo catálogo de bases 2020, con muchos más modelos sobre los que se puede personalizar, no hubiera sido posible sin la implantación del nuevo modelo.

- Hemos incrementado la producción diaria.
- Damos la oportunidad de elegir fecha de entrega en el momento de compra.
- Hemos reducido el tiempo de entrega hasta 72h.
- Hemos aumentado la fiabilidad de entrega.

PARA TODOS

- Somos más respetuosos con el medioambiente. Al evitarnos segundos viajes, hemos reducido nuestra huella de carbono.
- Hemos formado a nuestros equipos para la reorientación de funciones,



6

“LO QUE HEMOS APRENDIDO”.

LECCIONES APRENDIDAS.

Necesidad de focalizarse en el cliente

La primera de las lecciones aprendidas durante la implantación del nuevo modelo es que “es posible tener una estrategia industrial donde el consumidor esté en el centro de nuestras decisiones”.

Gestión del cambio

Involucrar a toda la organización ha sido la “clave” del éxito. Los colaboradores “han sido y son un factor clave”. Han sentido el cambio como suyo y se han implicado desde el principio. Además, ha resultado imprescindible que la Dirección haya respaldado el proyecto.

Por otra parte, la realización del proyecto en fases ha sido todo un acierto. Tal y como se ha expuesto, somos una empresa muy integrada verticalmente. Un cambio de esta envergadura, debíamos hacerlo en varias fases, de ahí comenzar por la experiencia piloto en Bases y Somieres, y extenderla después a Colchonería.

Mejora en la comunicación

La comunicación, entendida como la generación de compromiso a través de la escucha mutua, ha sido otro de los puntos clave del proyecto, pudiéndose decir que ha sido y está siendo la llave del éxito del mismo.

¿El proyecto puede ser transversal? El proyecto puede ser INTERNACIONAL

ARAGÓN EN EL MUNDO

Fábricas en:

- España
- Francia
- Vietnam
- China
- Brasil

En Pikolin creemos que “Personalizar” la experiencia de compra de los consumidores debe ser una estrategia completamente transversal a todos los negocios y servicios.

En nuestro caso, hemos utilizado herramientas que nos han dado un magnífico resultado, y que **estamos compartiendo con el resto de complejos industriales que tenemos en otros países.**

Además de ello, estamos convencidos de que las herramientas aplicadas podrían ser de utilidad a un sinfín de negocios.

Sería un gran placer poder compartir nuestras experiencias con las empresas aragonesas que estén interesadas.