

Deborah group: l'ottimizzazione dei costi come arma vincente per la crescita

IL CLIENTE Deborah Group

SECTTORE Bellezza

CATEGORIE DI COSTO

Telecomunicazioni, Viaggi e Pulizie

IL CLIENTE

Il Gruppo nasce a Parigi nel 1903 con il nome Bonetti Frères, dal cognome dei due fratelli fondatori, ed il core business è la produzione e la commercializzazione di prodotti farmaceuticocosmetici, tra cui la notissima crema Diadermina.

Nel 1962 nasce Deborah make-up e a seguire i marchi Debby, Bioetyc, HC Hightech Cosmetics e DERMOLAB, tutti frutto dell'expertise e della ricerca dei Laboratori Deborah Group. Nel 1994 il Gruppo acquisisce lo storico marchio francese di makeup ROUGE BAISER e dal 1995 inizia a sviluppare e produrre linee cosmetiche per Private Label della distribuzione organizzata.

Da sempre family business, oggi al quarto pas-saggio generazionale, il Gruppo è diventato una consolidata realtà internazionale presente in oltre 50 Paesi. L'obiettivo per il futuro è quello di consolidare la propria leadership in Italia e di proseguire nella strategia di espansione rivolta ai mercati esteri.

IL PROGETTO

In un tale contesto di crescita e di diversificazione, di marchi e prodotti, dove l'ottimizzazione ed il controllo dei costi giocano un ruolo essenziale, il Management di Deborah Group ha chiesto il supporto di Expense Reduction Analysts per razionalizzare numerose voci di costo, tra le quali il Materiale POP, le Telecomunicazioni, i Viaggi e le Pulizie.

“L'ottimizzazione di tutti i meccanismi operativi è parte integrante del processo di crescita. Per i costi indiretti abbiamo pensato che il supporto di una società di consulenza come Expense Reduction Analysts potesse portarci benefici significativi” dichiara Lucia Fracassi, Direttore Generale della società.

Il progetto, gestito da Benny Tänzer, Partner di Expense Reduction Analysts, e da Francesca Terzaghi, Direttore Acquisti Gruppo e Processo Prodotto di Deborah Group, è infatti partito grazie alla volontà ed alla lungimiranza di Lucia Fracassi. La fiducia si è dimostrata, a consuntivo, ben riposta, in quanto i consulenti di Expense Reduction Analysts hanno saputo individuare diverse soluzioni per ogni categoria, tenendo in debito conto le specifiche richieste ed esigenze del cliente.

I RISULTATI

La categoria di costo principale sulla quale si sono concentrati gli sforzi congiunti è stata quella del materiale di marketing,



“

“Il team Expense Reduction Analysts si è di-mostrato da subito estremamente esperto e molto collaborativo; l'obiettivo non era solo quello di risparmiare sui costi indiretti, ma valutare fornitori e soluzioni alternative. Sulle categorie oggetto del lavoro abbiamo ottenuto il dovuto supporto e risparmi interessanti.”

FRANCESCA TERZAGHI
DIRETTORE ACQUISTI GRUPPO E PROCESSO PRODOTTO,
DEBORAH GROUP

specificamente del Materiale POP, inteso come gli Espositori, da terra e da banco, i cartelli vetrina, e più in generale tutto ciò che serve a mettere nel dovuto risalto i prodotti ed i marchi del Gruppo all'interno del Punto Vendita. L'elevata entità del budget investito annualmente in questa strategica categoria ha motivato il team che ha lavorato sul progetto per superare le complessità che la categoria ha presentato: migliaia di referenze con decine di materiali differenti richiedono il coinvolgimento di numerosi fornitori, ciascuno specializzato in una specifica parte di questo grosso insieme.

Ogni singolo pezzo, che si tratti di un espositore da banco di cartotecnica da pochi Euro o un mobile da molte centinaia, è infatti il risultato di un progetto ad hoc realizzato dall'Ufficio Progettazione di Deborah, e deve essere prodotto rispettando rigorosamente le specifiche e consegnato nel Punto di Vendita nel giorno previsto!

Tutto ciò a dire che, più che in altre categorie di costo, aspetti reputazionali, di servizio ed organizzativi dei fornitori sono altrettanto importanti quanto la loro competitività economica, rendendone la valutazione globale particolarmente complessa.

Il risultato finale è stato ritenuto molto positivo da Deborah Group, con risparmi superiori al 20%, che applicati ai budget in gioco significa un contributo decisamente importante alla marginalità della Società!

Nel caso dei costi relativi alle telecomunicazioni ed alle pulizie, Expense Reduction Analysts ha saputo proporre delle soluzioni di ottimizzazione e rimodulazione del servizio che hanno consentito all'azienda di mantenere lo stesso fornitore e di ottenere un risparmio superiore al 30% in entrambe le categorie.

In riferimento ai viaggi la decisione è stata di passare da una gestione "tradizionale", basata sulla collaborazione con un'agenzia viaggi "atomica", ad una virtuale, avvalendosi della collaborazione di un provider web specializzato nel business travel.

Questa nuova politica, unitamente ad un utilizzo più sistematico delle convenzioni sui portali delle principali compagnie ferroviarie ed al convenzionamento specifico dei principali hotel utilizzati, ha consentito di conseguire risparmi superiori al 20%.

Nel complesso il supporto di Expense Reduction Analysts ha portato a risultati di ottimizzazione importanti con risparmi sempre significativi e, soprattutto, ha offerto soluzioni alternative in grado di soddisfare le esigenze particolari e complesse della società. "Il team Expense Reduction Analysts si è dimostrato da subito estremamente esperto e molto collaborativo; l'obiettivo non era solo quello di risparmiare sui costi indiretti, ma valutare fornitori e soluzioni alternative. Sulle categorie oggetto del lavoro abbiamo ottenuto il dovuto supporto e risparmi interessanti" conclude Francesca Terzaghi.



DEBORAHGROUP