

La planification agile fait partie intégrante de l'unité commerciale Freins chez Hitachi Automotive Systems

Les données sont transmises automatiquement entre les plans des ventes, de la capacité, des achats, des ressources et des finances, ce qui permet la connexion, l'agilité et la résilience de ce grand fabricant de freins de véhicules.

Témoignage client

SOLUTION : VENTES, SUPPLY CHAIN, FINANCES, RESSOURCES HUMAINES

SECTEUR : INDUSTRIE MANUFACTURIERE



En raison de ses cycles de développement de produits qui durent de deux à quatre ans, la réussite de la division Freins d'Hitachi Automotive Systems dépend d'une vision claire de l'avenir. En créant et en reliant plusieurs plans dans Anaplan, en commençant par les ventes et en terminant par les perspectives de trésorerie, la division Freins dispose d'un support complet pour la planification financière, de données puissantes pour les négociations avec les fournisseurs et de la capacité de changer rapidement de cap lorsque les conditions changent.

100 %
de confiance dans les données nécessaires pour prendre des décisions rapides

2x
plus de plans quinquennaux plus fréquents

Anaplan

Avec de longs délais et des produits complexes, l'industrie automobile s'appuie sur une planification précise pour réussir.

Voici ce que dit à ce sujet Augustin Fabre, contrôleur de la division Freins d'Hitachi Automotive Systems, un fabricant leader de solutions de freinage automobile : « Entre le moment où nous sommes choisis par un fabricant et celui où nous livrons un produit, il faut entre deux et quatre ans », déclare-t-il. « Nous avons besoin d'une bonne visibilité sur l'avenir, ce qui signifie que la planification est très, très importante. »

Pendant des années, l'entreprise a utilisé un système de feuilles de calcul et de bases de données exigeant beaucoup de main-d'œuvre pour planifier au sein de ses 15 entités. En 2012, avant d'être rachetée par Hitachi Automotive Systems alors qu'elle s'appelait Chassis Brakes International, l'entreprise a créé la visibilité claire qu'elle souhaitait sur la base de cinq modèles Anaplan connectés :

- **Planification des ventes** prévoit le volume des ventes dans sept ans. En utilisant des données tierces sur les plans des constructeurs automobiles, le modèle aide la division Freins à décider quels nouveaux projets et contrats elle peut conclure et quel volume de produits elle vendra.
- **Planification de la capacité** détermine la capacité industrielle et les investissements en capital, tels que les machines et l'outillage, nécessaires pour soutenir le plan de ventes.
- **Planification des achats** calcule les matières premières et les composants nécessaires pour respecter le plan de capacité et fournit une vue consolidée des achats dans toutes les usines, ce qui facilite les négociations avec les fournisseurs.
- **Planification des ressources** établit les personnes nécessaires pour commercialiser un produit. Le développement de produits est un processus pluriannuel, et chaque produit nécessite une combinaison unique de rôles en fonction de sa complexité.
- **Financement de projet** intègre les données de tous les plans pour fournir une perspective glissante sur cinq ans sur les liquidités générées par les projets. Dans le passé, ce « plan à moyen terme » était achevé tous les deux ans ; avec Anaplan, c'est tous les ans.

« Le plan de ventes est le point de départ de chaque projet », explique M. Fabre. « Des ventes aux liquidités, nous gérons et suivons désormais nos activités dans Anaplan. » Le système fournit des informations commerciales détaillées tout au long de l'année et réduit le temps de réaction lorsque les conditions changent.



Les modèles Anaplan connectés permettent à la division Freins d'Hitachi Automotive Systems de surveiller et de gérer ses activités, des ventes aux liquidités.

« Nous avons maintenant une visibilité nettement plus claire sur l'avenir », déclare M. Fabre. « Si quelque chose change sur un projet, tout le monde le sait immédiatement et peut réagir rapidement. » En 2020, alors que le coronavirus bouleversait les marchés automobiles mondiaux, cette visibilité à long terme sur les plans de ventes, de capacité, d'achat et de ressources a permis d'accompagner une prise de décision précise au sein de l'entreprise.

Cette visibilité claire sur le business plan de l'entreprise a également été utilisée lors de l'acquisition de Chassis Brakes International par Hitachi Automotive Systems en 2019. « Avec Anaplan, nous avons une très bonne vue d'ensemble de l'activité, de ses projets et de notre rentabilité », déclare M. Fabre. « C'était facile de montrer cela à un acheteur. »

Immédiatement après l'acquisition, la décision a été prise d'intégrer d'autres opérations de la division Freins à Anaplan, un projet qui n'a pris que deux mois à M. Fabre. Aujourd'hui, une vingtaine de divisions dans le monde partagent une solution de planification précise et agile. « Avec Anaplan, nous avons confiance en nos données et en notre capacité à réagir », note-t-il. « Rien de tout cela n'était possible avant. »



Avec Anaplan, nous avons confiance en nos données et en notre capacité à réagir. »

Augustin Fabre,
Contrôleur



À propos de la division Freins d'Hitachi Automotive Systems

La division Freins d'Hitachi Automotive Systems est l'un des plus grands fabricants mondiaux de solutions de freinage automobile. Ses produits (freins à disque, freins à tambour, freins de stationnement électromécaniques et rotors) sont destinés aux voitures particulières, aux utilitaires légers et aux véhicules à deux roues par le biais des équipementiers d'origine et des canaux de distribution du marché secondaire.

A propos d'Anaplan

Anaplan, Inc. (NYSE : PLAN) est une entreprise SaaS qui aide les entreprises mondiales à orchestrer leurs performances opérationnelles. Les leaders de tous les secteurs d'activité s'appuient sur notre plateforme, alimentée par notre technologie exclusive Hyperblock®, pour connecter les équipes, les systèmes et les connaissances de leurs organisations afin de s'adapter en permanence aux changements, de transformer leur mode de fonctionnement et de réinventer la création de valeur. Basée à San Francisco, Anaplan compte plus de 20 bureaux dans le monde, 175 partenaires et plus de 1 500 clients.

Pour en savoir plus, visitez le site anaplan.com