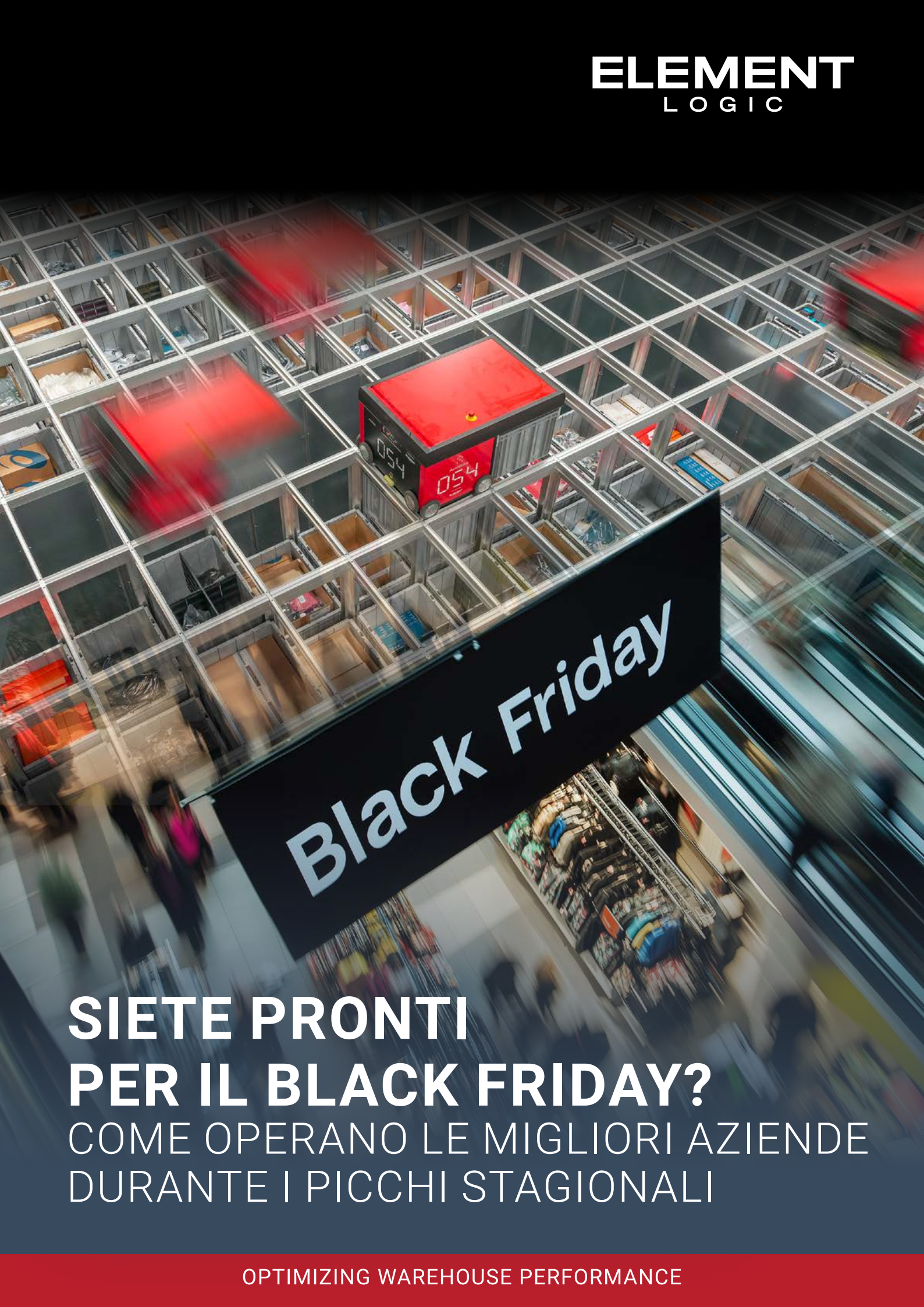




Black Friday

**SIETE PRONTI
PER IL BLACK FRIDAY?**
COME OPERANO LE MIGLIORI AZIENDE
DURANTE I PICCHI STAGIONALI

Indice dei contenuti

Tutto parte dalla preparazione – Introduzione a una peak season di successo, a cura di Chief Commercial Officer del Gruppo	3
Caso di successo: Nordic Nest –	
Un terzo delle vendite annuali in poche settimane	4
Workshop di ottimizzazione –	
Come funziona e perché dovrete farlo	7
Caso di successo: SportFits –	
Crescita intelligente durante il picco stagionale	9
Caso di successo: Helly Hansen –	
“Non temiamo più i picchi stagionali”	12
Come AutoStore ed Element Logic gestiscono su larga scala l’aumento del volume degli ordini durante i picchi stagionali	15
Consigli degli esperti – I suggerimenti di Element Logic per affrontare al meglio la peak season	17
Checklist per affrontare al meglio i picchi stagionali	20

Tutto parte dalla preparazione

Con l'avvicinarsi del Black Friday e degli altri periodi di picco stagionale, nell'aria si percepisce una tensione ormai familiare. E non riguarda solo i clienti in attesa di offerte imperdibili: dietro le quinte, responsabili di magazzino e team logistici si preparano all'impatto. Le aspettative sono alte da entrambe le parti e, quando tutto funziona, il risultato non è solo una vendita ben riuscita: è l'inizio di una relazione duratura, in cui il cliente torna e acquista ancora.

Per molti retailer, la Black Week rappresenta il momento più critico dell'anno. Ma non si tratta solo di una settimana di sconti: è l'occasione per mantenere ogni promessa fatta al cliente. Velocità. Precisione. Disponibilità. Efficienza. Se non si rispetta la finestra di consegna attesa, il rischio è di perdere il cliente definitivamente.

Ecco perché la scalabilità è fondamentale. La capacità di aumentare rapidamente il ritmo operativo, gestire volumi più alti e garantire comunque consegne puntuali e accurate è ciò che distingue una peak season fluida da una caotica.

Ho visto con i miei occhi come anche i piani meglio strutturati possano andare in crisi sotto pressione. Secondo la mia esperienza, la chiave per evitare che ciò accada è imparare dai precedenti picchi stagionali. Analizzare i dati di performance passate – come l'accuratezza degli ordini e i tempi medi di consegna – può mettere in luce aree di miglioramento. Per esempio, mantenere un'elevata precisione nell'evasione ordini aiuta a ridurre i resi e ad aumentare la soddisfazione del cliente: due aspetti fondamentali nei periodi ad alta intensità.

In questo white paper, ascolterete direttamente le testimonianze di aziende che sanno davvero cosa serve per affrontare con successo una peak season. Nordic Nest, SportFits e Helly Hansen gestiscono ogni anno aumenti improvvisi e massicci della domanda durante la Black Week – e condividono con voi le strategie e le azioni concrete che consentono loro di trasformare i picchi di breve termine in relazioni di lungo periodo e crescita sostenibile.

Troverete anche spunti pratici e consigli operativi direttamente dagli esperti di Element Logic. Con oltre 40 anni di esperienza nell'intralogistica, sappiamo bene cosa serve per costruire operazioni di magazzino che non solo reggono l'urto della peak season, ma ne escono rafforzate.



Håvard Hallås
Group CCO
Element Logic

E non saltate l'ultima parte! Lì troverete una checklist utile per trasformare subito gli spunti raccolti in azioni concrete.

Buona lettura – e che la prossima peak season sia più fluida che mai.

Un saluto,
Håvard Hallås
Group CCO, Element Logic



Un terzo delle vendite annuali in poche settimane

NORDIC
NEST

Per Nordic Nest Group, azienda e-commerce in rapida crescita specializzata in design scandinavo per la casa, l'ultimo trimestre dell'anno rappresenta un momento cruciale. Circa un terzo del fatturato annuo viene generato nel Q4, con la Black Week come punto massimo del picco.

In pochi giorni ad altissima intensità, arrivano migliaia di ordini. Le aspettative sono elevatissime: i clienti vogliono precisione, velocità e affidabilità. Per anni, il team di Nordic Nest ha spinto i propri sistemi manuali al limite, ma la pressione continuava ad aumentare.

“Abbiamo rimandato l'automazione finché ci è stato possibile”, racconta Johan Torudd, Operations Development Lead di Nordic Nest. “Abbiamo ottimizzato al massimo ogni processo manuale, cercando di sfruttare ogni margine possibile. Ma a un certo punto è stato evidente che serviva qualcosa di più: continuare a crescere aggiungendo solo personale non era più sostenibile.”

Abbiamo ottimizzato al massimo ogni processo manuale. Continuare a crescere aggiungendo solo personale non era più sostenibile.

Una soluzione scalabile che cresce insieme al business

Il punto di svolta è arrivato nel 2022, quando Nordic Nest ha deciso di ripensare completamente la propria struttura logistica.

“Element Logic ci ha fornito una soluzione AutoStore con cui potevamo crescere nel tempo”, spiega Torudd.

“A differenza di molti altri sistemi di automazione, che richiedono decisioni dettagliate fin da subito su dimensioni, layout e capacità a lungo termine, AutoStore ci ha offerto flessibilità. Sebbene il nostro impianto iniziale includesse già un numero consistente di contenitori e robot, il sistema

modulare ci ha permesso di scalare in modo progressivo – aggiungendo componenti in base alle necessità, anziché affrontare un unico investimento iniziale troppo oneroso. Quella libertà di adattamento è stata fondamentale per rispondere ai bisogni in continua evoluzione”, aggiunge.

L’implementazione ha dimostrato rapidamente il suo valore. Non solo come upgrade tecnologico, ma come strumento strategico per pianificare con maggiore efficienza, velocizzare le consegne e continuare a crescere anche durante la peak season.



L’automazione non risolve tutto da sola

Anche se l’automazione ha rappresentato un vero punto di svolta per Nordic Nest, durante la Black Week del 2023 il team ha iniziato a notare segnali di stress nel sistema.

“C’erano troppi rallentamenti”, racconta Torudd. “Non riuscivamo a capire con esattezza il motivo, ma sapevamo che dovevamo risolverlo prima del picco del 2024.”

Per affrontare il problema, Nordic Nest ha pianificato un workshop di ottimizzazione

con Element Logic, con l’obiettivo di analizzare i dati e individuare i colli di bottiglia nascosti. Il risultato? Il team ha introdotto strumenti di previsione della domanda per migliorare la disponibilità dei task e, grazie ad alcuni aggiustamenti al sistema, il ritardo è stato eliminato

“Ci siamo sentiti più preparati e con maggiore controllo. La prima ondata del picco 2024 non ci ha colpito con la stessa intensità degli anni precedenti, il che ci ha permesso di entrare più facilmente in un buon ritmo operativo”, conclude Torudd.

La performance durante il picco dipende dalla preparazione

Tutti sanno che durante la Black Week non c'è spazio per gli errori. Per restare sempre un passo avanti, Nordic Nest si assicura che il sistema sia completamente revisionato prima del Q4 e mantiene un tecnico di Element Logic in reperibilità.

Con la Black Week appena conclusa ancora ben presente, il team ha già iniziato a prepararsi per la prossima. Ma questo non significa che tutto il resto dell'anno vada messo in pausa.

“Abbiamo avuto raramente problemi con la nostra soluzione AutoStore, ma quando un terzo del fatturato annuo arriva a novembre, non si possono correre rischi”, spiega Torudd



Johan Torudd
Operations Development Lead
Nordic Nest

“Certo, stiamo già pensando al prossimo picco”, dice Torudd, “ma non possiamo lasciare che questo oscuri il resto dell'anno. Quei nove mesi sono altrettanto importanti – e più riusciamo a pianificare e prepararci, ottimizzando continuamente il magazzino e i processi connessi, più fluida sarà ogni peak season. In fondo, si tratta di non accontentarsi mai e di coltivare una mentalità orientata al miglioramento continuo, indipendentemente da quanto bene stiano andando le cose.”



Informazioni tecniche

Cassette: 60,000

Robot: 136 R5

Carousel ports: 14

Conveyor ports: 10

Luogo: Kalmar, Svezia



E se il vostro AutoStore potesse funzionare
dal **10 al 20% più efficientemente?**

– prima ancora che inizi il picco stagionale?

Anche i magazzini meglio organizzati possono incontrare difficoltà durante l'avvicinamento ai periodi di picco stagionale, come il Black Friday. Per aiutare i propri clienti a individuare colli di bottiglia nascosti, occasioni mancate e a preparare i sistemi per affrontare periodi ad alta pressione, Element Logic offre un Optimization Workshop su misura.

Si tratta di un processo pratico e personalizzato, che vi fornisce una visione dettagliata delle reali performance della vostra soluzione AutoStore – e vi mostra dove ci sono margini di miglioramento.

Tutto parte dai dati: utilizzando i log reali provenienti da AutoStore, da eManager e da altri sistemi, il team di Element Logic analizza indicatori chiave delle passate peak season, come la velocità di picking, i tempi di attesa delle cassette, l'utilizzo dei robot e le prestazioni delle code.

La strategia di gestione della coda degli ordini è decisiva per il successo durante i picchi stagionali

Uno degli aspetti centrali dell'Optimization Workshop è proprio la strategia di gestione delle code. Quanti ordini è opportuno inviare contemporaneamente al sistema AutoStore? Se sono troppo pochi, gli operatori restano in attesa. Se sono troppi, si rischia il sovraccarico del sistema. Durante il workshop viene calcolato il giusto equilibrio, tenendo conto di fattori come il numero medio di ordini per linea, la preparazione della griglia e la capacità dei porti di picking.

Un altro principio guida è la regola di Pareto: l'80% dei risultati deriva dal 20% delle azioni. Nell'ambito AutoStore, questo si traduce nell'identificare i prodotti che rappresentano la maggior parte delle operazioni di picking – e analizzare dove sono fisicamente posizionati nella griglia. Il team del workshop

calcola la profondità di prelievo per verificare se ci sono margini di ottimizzazione. I prodotti situati a una profondità più superficiale sono più facili e veloci da prelevare per i robot, con un impatto diretto sull'efficienza.

Anche la capacità dei robot e delle porte viene esaminata con attenzione. I robot sono distribuiti nel modo più efficiente? Le porte sono configurate per garantire il massimo flusso? Queste analisi vengono integrate con osservazioni effettuate direttamente sul campo e confluiscono in un report personalizzato per il vostro magazzino. Il documento include sia valutazioni tecniche sia suggerimenti pratici – molti dei quali possono essere applicati immediatamente.



Il risultato?

Una migliore comprensione di come il vostro sistema si comporta sotto pressione – e un piano chiaro su come migliorarlo prima delle settimane più intense dell'anno.



Crescita intelligente durante il picco stagionale

Per SportFits, crescere rapidamente in un mercato e-commerce altamente competitivo richiede più di un buon prodotto: serve eccellenza operativa.

Il retailer tedesco di abbigliamento outdoor e sportivo si è fatto strada sfidando i leader di mercato, grazie a un approccio operativo intelligente e non soltanto con il duro lavoro. Una strategia che viene messa alla prova soprattutto durante la peak season.

L'inverno è sempre un periodo intenso per SportFits, grazie alla domanda costante legata alle vacanze sulla neve e allo shopping invernale. Tra novembre, dicembre e gennaio, il volume degli ordini cresce fino all'80% sopra la media annuale – e nei giorni più frenetici può schizzare fino al +300 o addirittura +400%. “È quando tutto accade nello stesso momento”, racconta

Dennis Latz, Project Manager di SportFits. “Un'enorme impennata di ordini, tutta concentrata in pochi giorni.”

Latz ricorda bene la Black Week 2023, che ha coinciso con la prima nevicata della stagione. “Tutti volevano attrezzatura per gli sport invernali nello stesso momento. È stato puro caos” racconta. “I corrieri non riuscivano a stare al passo, gli ordini arretrati aumentavano e abbiamo dovuto lavorare anche la domenica per riuscire a evadere tutto. Persino il personale degli uffici è sceso a preparare pacchi.”

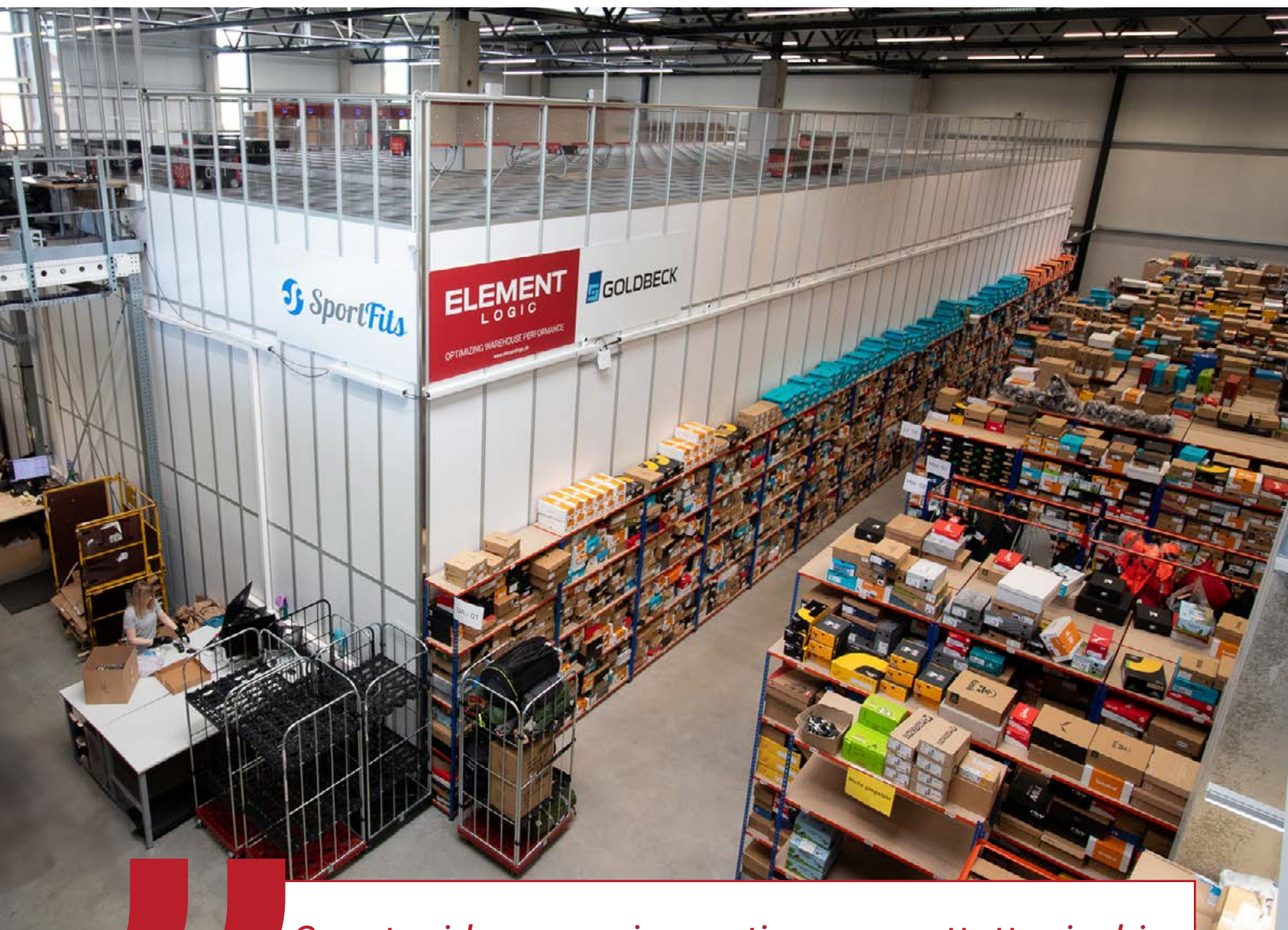
Una strategia da outsider

SportFits non è ancora un colosso nel suo settore – ma si comporta come tale, grazie a una struttura logistica progettata per offrire flessibilità, velocità e controllo.

L'azienda adotta un modello ibrido di gestione dello stock: solo i prodotti più venduti vengono stoccati internamente,

per garantire consegne rapide in 1-3 giorni, mentre il resto viene spedito direttamente dai fornitori.

“Questo riduce spazio, costi – e soprattutto rischi. L'eccesso di magazzino è ciò che mette in crisi aziende della nostra dimensione” afferma Latz.



*Questo riduce spazio, costi – e soprattutto rischi.
L'eccesso di magazzino è ciò che mette in crisi
aziende della nostra dimensione*

Lavorare in maniera intelligente, non solo più veloce

Per gestire l'aumento dei volumi durante l'alta stagione senza dover assumere un esercito di persone, SportFits punta sull'automazione nei punti chiave.

Il cuore del magazzino è un sistema AutoStore, installato da Element Logic, che si occupa di uno stoccaggio ad alta densità, del recupero rapido delle cassette e dell'integrazione diretta con una linea di imballaggio e preparazione delle spedizioni.

Una volta che un articolo viene prelevato da un robot e inviato alle porte, entra in un processo automatizzato: viene imbustato, etichettato e smistato per la spedizione tramite una macchina per il packaging.

“Circa il 60–70% di tutti gli ordini passa direttamente attraverso la macchina,” spiega Latz. “Risparmiamo enormi quantità di tempo. E il processo è costante, turno dopo turno.”

È proprio grazie a questo sistema che SportFits riesce a mantenere una delle sue promesse più importanti verso i clienti:

spedire ogni ordine entro 12 ore, anche nei periodi di picco.

“Durante l'ultima Black Week siamo riusciti a restare nei tempi. Solo in due giornate siamo rimasti leggermente indietro – ma ci siamo subito rimessi in pari. Sarebbe stato impossibile senza l'automazione.”

Ogni notte, durante la peak season, il team esegue routine di pre-picking: genera liste di prelievo per i robot sulla base delle previsioni d'ordine. I robot AutoStore riorganizzano la griglia mentre il team riposa, portando le cassette con i prodotti più richiesti verso la parte alta della superficie, così che il turno del mattino possa iniziare subito a pieno ritmo.

Da ottobre a fine inverno, il magazzino lavora su due turni: i team del mattino gestiscono le spedizioni, mentre quelli del pomeriggio si occupano dei riassortimenti e della merce in entrata. Una configurazione che bilancia automazione, pianificazione intelligente e gioco di squadra.

Crescere contro ogni previsione

Nonostante la stagnazione generale del mercato dell'abbigliamento sportivo e outdoor, SportFits ha registrato una crescita del 27% nel 2024. “Non abbiamo un organico enorme ma abbiamo i sistemi giusti” spiega Latz. “Dove altri hanno una persona per ogni brand, noi abbiamo due persone che ne gestiscono da 10 a 20. Questo ci permette di crescere in modo rapido e sostenibile.”

E la crescita non si ferma qui: sono già in programma ulteriori ottimizzazioni operative e il raddoppio del sistema AutoStore entro il 2026.

Latz non ha dubbi su cosa ha funzionato per loro:

“Automatizzate tutto ciò che potete. Pianificate i turni con precisione. E create un team che si aiuta, sempre e comunque.”

Informazioni tecniche

Cassette: 12.000

Robot: 12

Carousel ports: 3

Luogo: Passau, Germania



Dal Burnout all'equilibrio
“Non temiamo più
i picchi di domanda”

Helly Hansen è famosa per la produzione di abbigliamento tecnico ad alte prestazioni, che protegge professionisti e appassionati outdoor nelle condizioni più estreme. Ma dietro le quinte, il team del magazzino nordamericano affrontava ogni anno la propria tempesta: la stagione di picco.

Con una forte spinta delle vendite all'inizio dell'autunno e un'impennata di ordini e-commerce in vista di Black Friday e festività, la pressione arrivava a ondate. Lunghie ore di lavoro, movimento continuo e fatica erano la norma.

Il punto di svolta è arrivato nel 2022, quando Helly Hansen è diventata la prima azienda

in Nord America ad automatizzare con AutoStore, grazie a Element Logic, a seguito dell'apertura della nostra sede operativa in quella regione nello stesso anno.

“In una notte siamo passati dagli anni '70 al 2030. È uno degli investimenti più intelligenti che abbiamo mai fatto” racconta Andrew Aldworth, Quality Compliance Manager.

Un alleggerimento del carico

Prima dell'automazione, la stagione di picco significava percorrere chilometri ogni giorno solo per stare al passo con gli ordini.

"Sono sinceramente sorpreso che i magazzinieri tornassero anno dopo anno," racconta Aldworth. "Era davvero uno sforzo fisico estremo."

Ora, a sollevare i carichi pesanti ci pensano

i robot. "L'energia è completamente diversa. Le persone sono più rilassate." Il carico di lavoro è diventato più sostenibile – non solo dal punto di vista fisico, ma anche mentale.

E il miglioramento non riguarda solo l'area operativa: "Prima passavamo mesi a pianificare con ansia" prosegue Aldworth. "Ora affrontiamo la stagione di picco con serenità. Abbiamo fiducia nel sistema."

Più di un risparmio di tempo

Il passaggio all'automazione ha ridotto significativamente i costi per i dipendenti a tempo determinato nel magazzino Helly Hansen. Con meno personale nei corridoi e i robot a gestire i contenitori, anche i benefici in termini di sicurezza sono stati evidenti.

Il cambiamento ha alleggerito anche la pressione negli uffici: "Meno interazioni frenetiche con le agenzie interinali, meno personale che lascia il lavoro a metà stagione – oggi l'intera operatività è più fluida."



Crescere al di là delle difficoltà iniziali

Nel 2024, tra il 24 novembre e il 17 dicembre, il magazzino ha evaso diverse centinaia di migliaia di ordini e-commerce – registrando una crescita a doppia cifra rispetto all'anno precedente. Ma solo pochi anni fa, la situazione era ben diversa.

“Prima del COVID ricevevamo forse 100 ordini online al giorno” racconta Aldworth. “Poi tutto è cambiato. L'e-commerce è esploso – e non ha mai rallentato da allora.”

Con una crescita simile destinata a proseguire, Helly Hansen sta già pianificando un'espansione del sistema AutoStore in vista del picco del 2025.

“Nel 2024 abbiamo raggiunto il limite della nostra capacità; quindi, quest'anno aggiungeremo altri robot e nuove porte di picking” spiega Aldworth. “Stiamo anche valutando l'implementazione di strumenti avanzati di Element Logic, come le onde di prelievo e sistemi di forecasting, per distribuire meglio il carico di lavoro mantenendo comunque un livello di servizio eccellente per i nostri clienti.”

Aldworth e il suo team stanno utilizzando i dati dello scorso anno per dimensionare correttamente l'espansione – ed evitare futuri colli di bottiglia.

AutoStore: il sistema più impeccabile al mondo

Per rendere la transizione da un magazzino manuale a uno automatico il più fluida possibile, Aldworth ha dedicato molto tempo alla fase di test prima del go-live. “Non basta installarlo e sperare che funzioni” avverte. “Metto alla prova. Cercate di metterlo in crisi. È questo che ha reso il nostro passaggio dal manuale all'automazione così indolore.”

Grazie a una preparazione meticolosa da parte di Aldworth e del suo team, al momento del lancio è bastata una sola settimana per formare tutto il personale di magazzino.

“Una volta formata la squadra, tutto ruota attorno alla cura del sistema. Pulizia e manutenzione sono fondamentali. Ci dicono che abbiamo l'AutoStore più pulito al mondo – e non è un caso. La manutenzione fa la differenza.” Grazie a questa gestione proattiva, il sistema AutoStore di Helly

Hansen ha raggiunto costantemente un uptime del 99,98%.

Per Helly Hansen, l'automazione non ha solo aumentato l'efficienza: ha migliorato la qualità del lavoro per tutti. “Il picco resta un momento impegnativo, certo” conclude Aldworth. “Ma oggi la differenza è che siamo pronti ad affrontarlo.”

Informazioni tecniche

Cassette: 50,000

Robot: 36

Carousel ports: 10

Luogo: Sumner, Washington, USA



Reggere l'urto
Come AutoStore ed Element Logic
gestiscono su larga scala l'aumento del
volume degli ordini durante i picchi stagionali

Volumi che esplodono. Tempi limite che si accorciano. I picchi stagionali non sono business as usual – ma una prova ai limiti per qualsiasi magazzino. Un singolo SKU (Stock Keeping Unit) può passare dall'essere fermo a diventare urgente nel giro di pochi minuti. Per le grandi realtà – in particolare nel fast fashion, nell'e-commerce o nel retail di massa – un'elevata capacità di throughput non è un'opzione, è una questione di sopravvivenza operativa.

Storicamente, AutoStore non veniva considerata la scelta più naturale per operazioni ad alto throughput. Il sistema a cubi era noto per la sua densità di stoccaggio

e precisione, ma si pensava che non fosse abbastanza veloce – soprattutto nei magazzini grandi e complessi con obiettivi di performance particolarmente ambiziosi.

Ma questa visione è superata

Oggi, AutoStore con tecnologia Element Logic non solo tiene il passo nel segmento ad alto throughput – sta fissando nuovi standard. I numeri parlano chiaro: Boozt, uno dei principali e-commerce di moda e lifestyle nei Paesi Nordici, gestisce una delle

installazioni AutoStore più grandi al mondo, elaborando fino a 200.000 articoli al giorno. Il retailer norvegese di articoli sportivi XXL raggiunge una media di 800 prelievi all'ora per operatore.

Quindi, che cosa è cambiato?

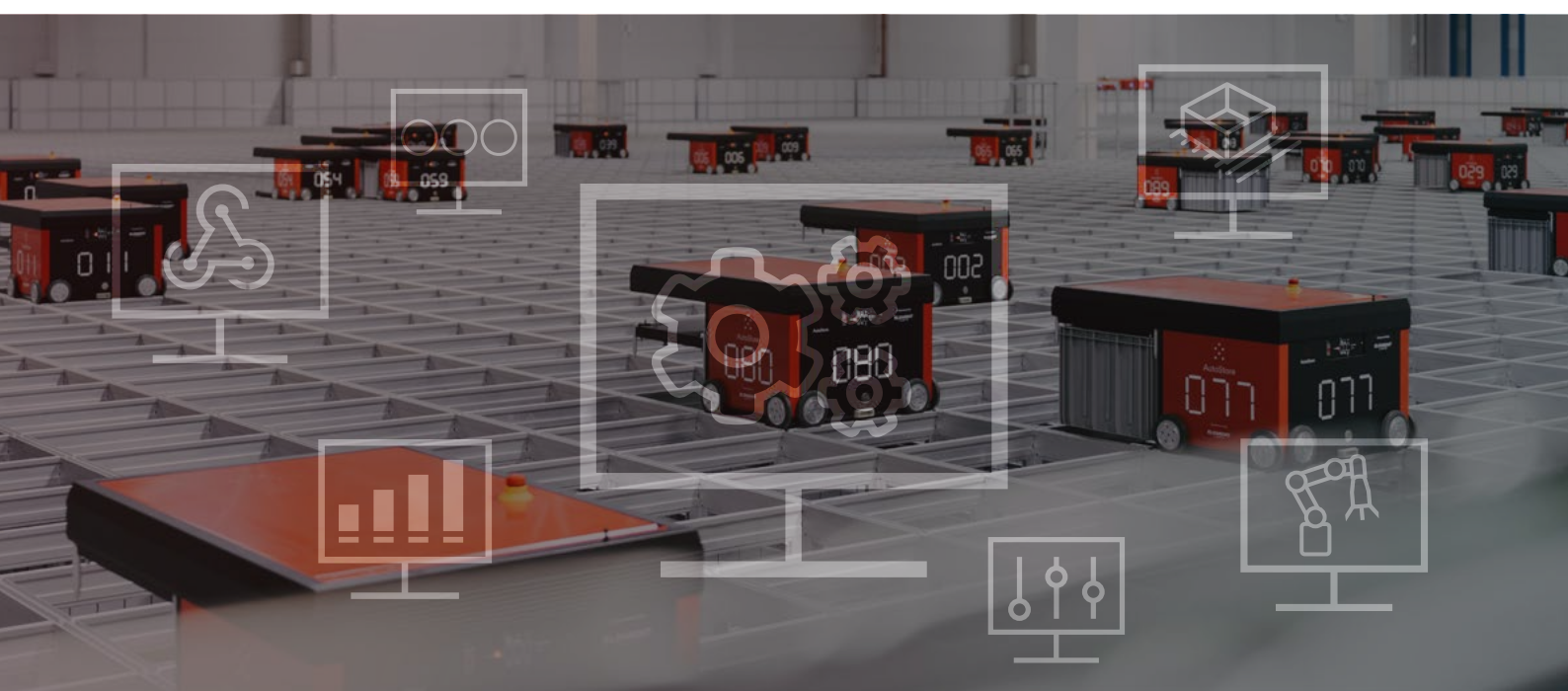
L'asso nella manica di Element Logic si chiama eManager – un layer software progettato su misura che trasforma la parte superiore della griglia AutoStore in una vera e propria zona di picking ad alta velocità. Quando la domanda di uno SKU esplode, eManager spinge automaticamente i contenitori corretti in alto, pronti per essere prelevati all'istante. Niente scavi. Niente attese. Solo un flusso costante e veloce su ogni porta.

Ma anche l'hardware AutoStore ha fatto un salto di qualità:

- Il robot R5Pro garantisce prestazioni multi-turno con tempi di ricarica ridotti al minimo.

- Le postazioni di lavoro RelayPort gestiscono oltre 650 contenitori all'ora.
- Il software Router ottimizza i movimenti di ogni robot, anche sotto carico massimo.

AutoStore non è più “solo” sinonimo di stoccaggio compatto: è oggi un motore ad alte prestazioni per operazioni a throughput elevato. Grazie all'evoluzione della tecnologia – e al coraggio di chi ha saputo metterne in discussione i limiti – il sistema continua a superare le aspettative. E con l'ottimizzazione firmata Element Logic, offre oggi la velocità, la scalabilità e l'affidabilità necessarie per dominare la peak season. Ancora. E ancora.





Precisione durante i picchi Imparate dagli esperti

Ovunque vi troviate nel mondo, la pressione del Black Friday è sempre la stessa: consegnare più velocemente, in modo più intelligente, e senza margine d'errore.

Ma la frenesia della peak season non è un destino inevitabile. Con la giusta preparazione, può trasformarsi nella vostra più grande opportunità per conquistare nuovi clienti – e fidelizzarli.

Abbiamo chiesto a tre esperti di automazione di magazzino del team globale di Element Logic quale consiglio darebbero a chi si sta preparando ad affrontare un altro Black Friday. Nonostante le distanze geografiche, i loro messaggi convergono su un punto essenziale: **il successo inizia con la pianificazione.**

#1 Il passato per prepararvi al futuro



Marcus Rasmusson
Customer Success Director
Svezia

Secondo Rasmusson, il modo migliore per iniziare a prepararsi alla peak season è guardare indietro. “Ogni picco stagionale vi lascia dei dati. La scelta intelligente è analizzare cosa è successo: dove si sono creati i colli di bottiglia, quando le operazioni hanno rallentato e perché.” Esaminando i principali indicatori di performance del Black Friday passato, potete individuare esattamente dove intervenire per

migliorarvi in vista del prossimo.

Ma anche la pianificazione più accurata non può eliminare gli imprevisti. “Situazioni inattese possono sempre capitare. Ecco perché Element Logic offre un supporto 24/7 durante tutta la peak season. Se qualcosa va storto, basta una telefonata – e se siete preparati, anche le sorprese si gestiscono.”

#2 Pianificate il personale e lasciate che i robot facciano il resto



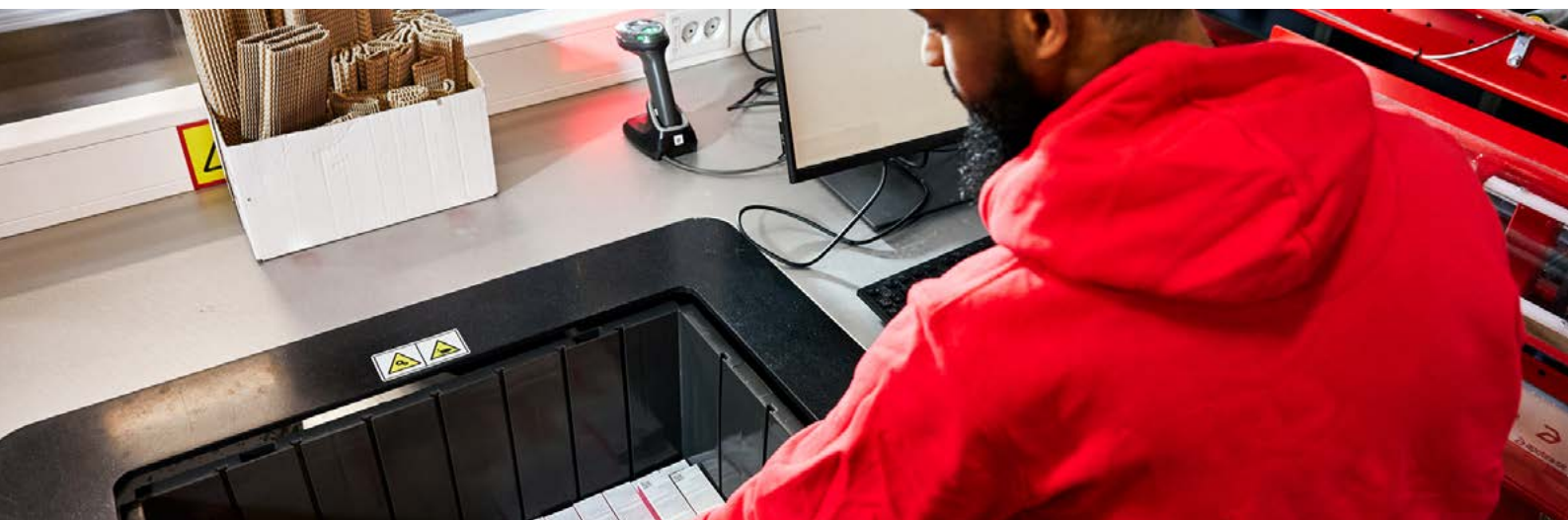
Joachim Kieninger
Director of Strategic Business
Development, Germany

“La gestione del personale è una delle sfide più grandi durante i periodi di picco” afferma Kieninger. “Servono più turni – e ciò vale per tutte le aziende.” Il suo consiglio: pianificate in anticipo e assicuratevi le risorse umane in tempo.

L'automazione offre un vantaggio competitivo decisivo. “I robot non hanno bisogno di pause e non generano costi per straordinari” spiega. Possono lavorare 24 ore su 24 con tempi di ricarica minimi.

E quando si tratta di inserire lavoratori stagionali, l'usabilità è fondamentale. “Il software eManager di Element Logic è progettato per essere intuitivo, così i nuovi assunti possono impararlo in pochi minuti.”

Kieninger conclude con un pratico promemoria: “Tenete a portata di mano i ricambi essenziali. È una misura semplice, ma fondamentale per evitare fermi macchina non necessari.”



#3 Manutenzione subito, non durante un picco stagionale



Krish Nathan
CEO
Element Logic Americas

“Non aspettate l'alta stagione per scoprire un problema” sostiene Nathan. “Programmate con anticipo la manutenzione del sistema.”

Se avete già previsto un controllo, il consiglio è semplice: anticipatelo. “Fare manutenzione preventiva prima che arrivi la pressione può essere essenziale per individuare e risolvere i punti deboli del sistema” spiega.

Quando il magazzino lavora al massimo della capacità, anche un piccolo problema può trasformarsi in un'interruzione critica.

“Durante il picco stagionale, non c'è margine per i fermi operativi” aggiunge. “Garantire che il sistema funzioni al 100% significa avere la stabilità e la tranquillità per gestire volumi elevati.”

Per questo motivo, molte aziende si affidano ora a strumenti come il

modulo di manutenzione proattiva eLogiq, che monitora costantemente le prestazioni e aiuta i team a individuare ed eliminare i problemi prima che abbiano impatto sulle operazioni.

L'efficacia di questo approccio è evidente: Helly Hansen ha registrato il 99,98% di

uptime negli ultimi 90 giorni.

Ma è anche una questione di serenità: "Un sistema ben mantenuto consente a tutti di concentrarsi sulle performance, non sui problemi" conclude Nathan. "Ed è così che si resta efficienti quando ogni secondo conta."



#4 Un consiglio extra per performance da picco

Per spingersi ancora più oltre nella gestione dei Picchi stagionali, molti magazzini logistici stanno integrando oggi il prelievo robotizzato per singola unità con eOperator di Element Logic. Si tratta di un braccio robotico per prelevare automaticamente gli articoli che lavora in modo fluido con AutoStore – una soluzione particolarmente utile quando il personale scarseggia o i volumi d'ordine raggiungono livelli eccezionali.



Checklist per affrontare al meglio i picchi stagionali

Non importa dove operate o quanto sia avanzato il vostro sistema: i magazzini più performanti non reagiscono all'alta stagione – la anticipano.

In questo white paper avete letto le esperienze di aziende ed esperti che hanno imparato a gestire i periodi più intensi dell'anno. Tutti concordano su un punto: il successo inizia ben prima dell'arrivo del primo ordine.

Per aiutarvi a trasformare gli spunti in azioni concrete, abbiamo raccolto i passaggi fondamentali in una checklist operativa:

- | | |
|--|---|
| ☒ Analizzate le performance passate e adattate il sistema di conseguenza | stagionali vi serviranno? |
| ☒ Rifornite il vostro inventario prima dell'inizio dei picchi stagionali | ☒ Fate eseguire al turno serale le routine di prelievo (pre-pick) per alleggerire il carico del turno mattutino |
| ☒ Programmate la manutenzione preventiva | ☒ Tenete a magazzino i pezzi di ricambio essenziali |
| ☒ Ottimizzate il layout del magazzino e affinate i processi | ☒ Preparatevi a gestire i resi |
| ☒ Pianificate per tempo le esigenze di personale – quante turnazioni e quanti lavoratori | ☒ Prenotate un tecnico reperibile 24/7 |

Pronti a trasformare i picchi stagionali in un'opportunità di crescita?

Con la giusta preparazione, i software adeguati e l'hardware più efficiente, il vostro magazzino può fare molto di più che fronteggiare semplicemente la domanda: può superare le aspettative, conquistare nuovi clienti e costruire relazioni durature.

Element Logic supporta aziende in tutto il mondo a prepararsi all'alta stagione con automazione intelligente, consulenza strategica e soluzioni scalabili in base alle vostre ambizioni.



Blond Shkodrani
Managing Director
Element Logic Italia

Contattateci oggi stesso per fare in modo che la vostra prossima peak season sia la più efficace e redditizia di sempre.

**Contattateci
oggi stesso**



To learn more, visit www.elementlogic.net
or follow Element Logic on LinkedIn and YouTube.

ELEMENT
LOGIC

elementlogic.net