50° PRAXI 1966 - 2016

PRAXI

Improving Performance

I fondamenti del Lean Thinking

Marco Giugliano

Senior Partner e Responsabile Divisione Organizzazione Centro Sud – PRAXI SpA

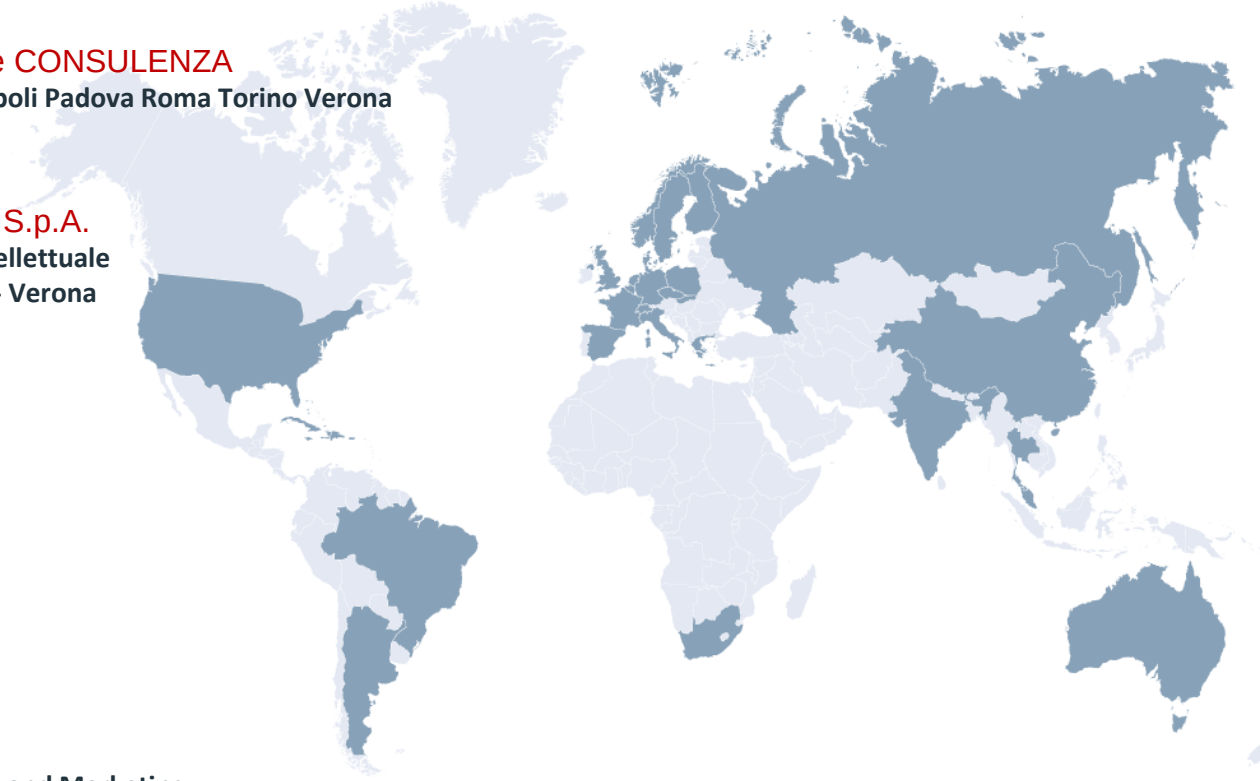
CONFINDUSTRIA Benevento

14 giugno 2016

PRAXI

Improving Performance

PRAXI Group



PRAXI S.p.A. - ORGANIZZAZIONE e CONSULENZA
Bologna Brescia Firenze Genova Milano Napoli Padova Roma Torino Verona

www.praxi.praxi

PRAXI INTELLECTUAL PROPERTY S.p.A.
Consulenza in Proprietà Industriale e Intellettuale
Genova - Milano - Padova – Roma - Torino - Verona
www.praxi-ip.praxi

PRAXI ALLIANCE Ltd
Worldwide Executive Search
London
www.praxialliance.praxi

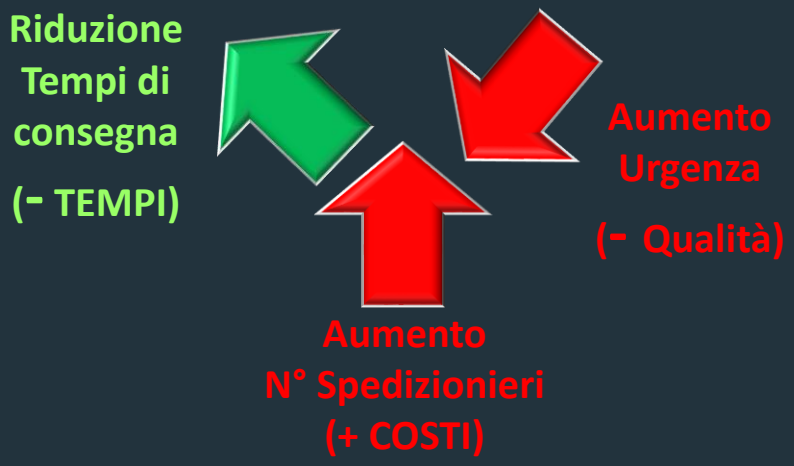
PRAXI VALUATIONS Ltd
Gobal Independent Advisers
London
www.praxivaluations.praxi

CONSALIA Ltd
Worldwide Training and Consulting in Sales and Marketing
London
www.consalia.com

www.praxi.praxi

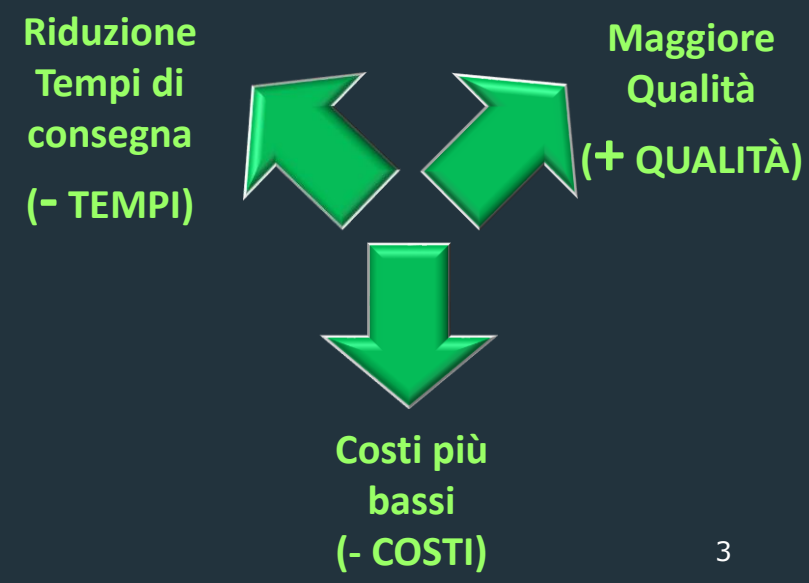
Benchmark tra due modelli

Paradigma tradizionale delle prestazioni



Nuovo Paradigma

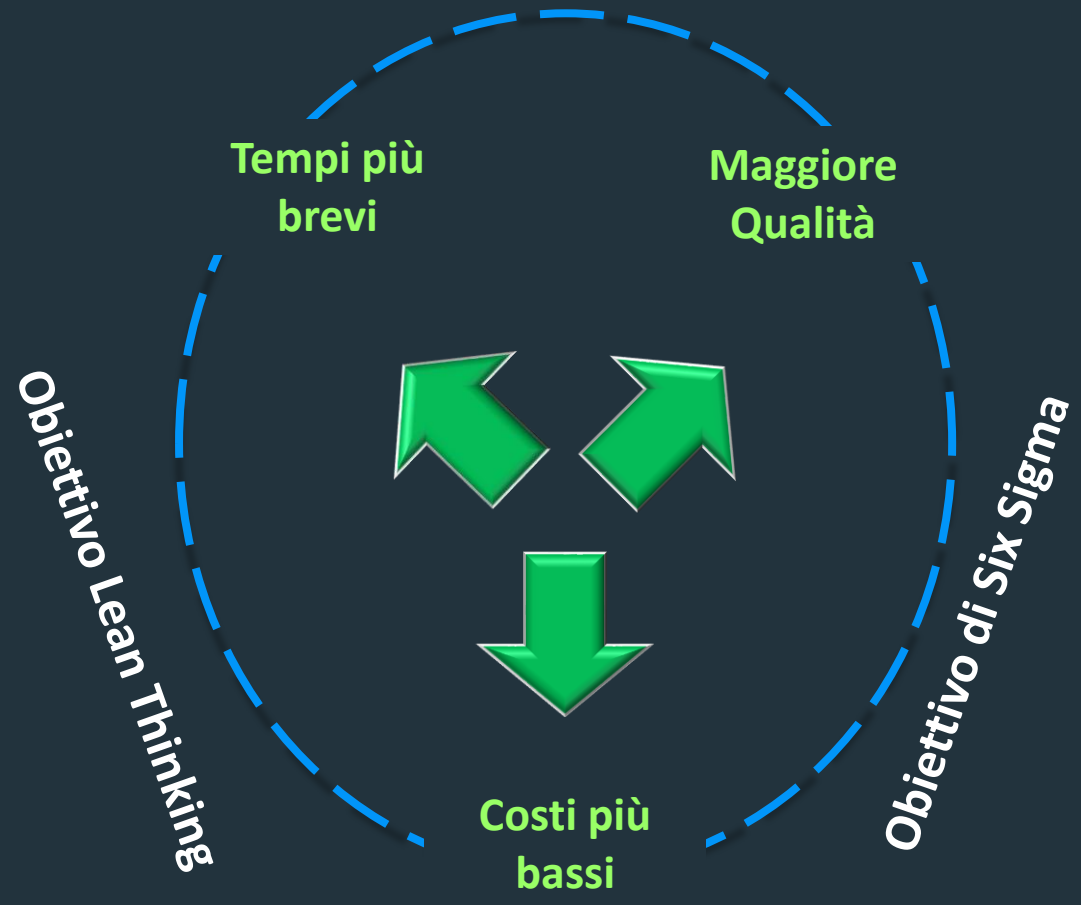
I Clienti devono essere fidelizzati
I Clienti ordinano con sempre meno anticipo
I Clienti ordinano sempre più per lotti di piccole dimensioni e flessibilità
C'è una generalizzata necessità di una riduzione del capitale investito
Pressione verso il basso dei prezzi: riduzione dei costi



Due metodologie

Per implementare il nuovo paradigma, le aziende si rivolgono alle due maggiori metodologie di miglioramento dei processi – **Lean Thinking e Six Sigma**.

- ***Lean*** si focalizza sulla riduzione dei lead time (tempi di attraversamento) e dei costi.
- ***Six Sigma*** si focalizza su un miglioramento della qualità e la riduzione dei costi.



CONFINDUSTRIA Benevento

PRAXI

Improving Performance

Origini del Lean Thinking

Artigianato

- Bassi volumi produttivi
- Elevata varietà
- Prodotti unici
- Scarsa divisione del lavoro
- Basso coordinamento
- Assenza di automazione

1800 - 1910

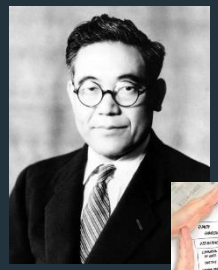
Produzione di massa

- Elevati volumi produttivi
- Orientamento alla produzione
- Suddivisione spinta del lavoro
- Elevata standardizzazione
- Automazione rigida
- Integrazione verticale
- Capital Intensive

1910 - ____

TPS

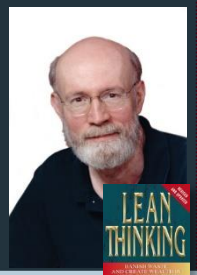
- Automazione limitata e flessibile
- Prodotti customizzati
- Lotta agli sprechi
- Polifunzionalità degli operatori
- Integrazione a rete
- Miglioramento continuo

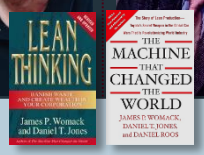


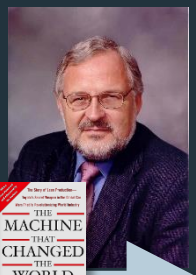
1940

Lean Thinking

- Orientamento al Cliente
- Logica Pull
- Mix elevati
- Alto coinvolgimento delle risorse
- Basse scorte
- Prodotti personalizzati
- Elevata Efficienza e Qualità







1990

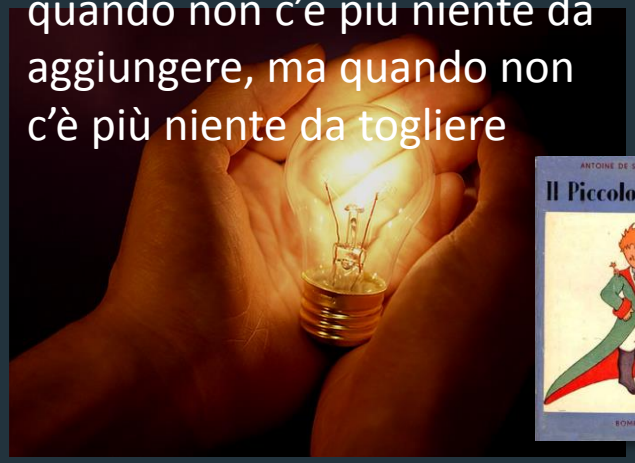
Tempo

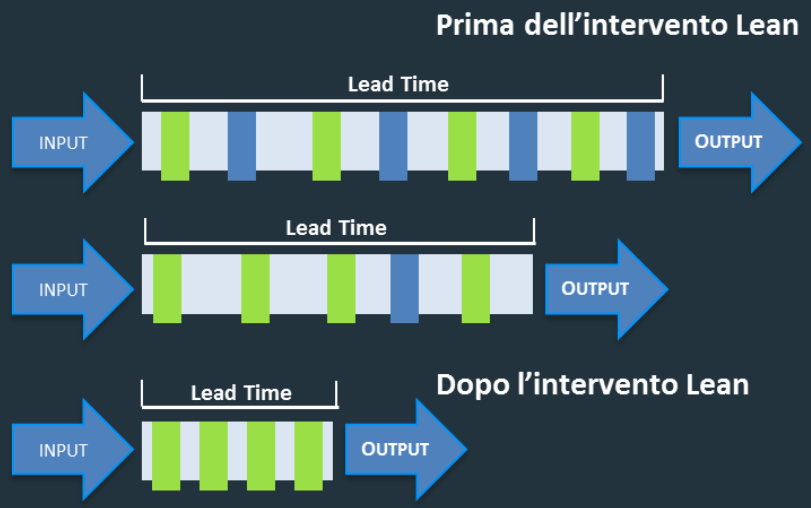
L'idea di base del Lean Thinking

Alla base si trova l'idea di "**fare di più con meno**"

" Tutto quello che stiamo facendo è guardare la linea del tempo dal momento in cui il cliente ci dà un ordine al momento in cui incassiamo il denaro.
Stiamo riducendo quel tempo all'interno della linea del flusso di valore rimuovendo le attività a non valore aggiunto" (**Taiichi Ohno**)

La perfezione è raggiunta non quando non c'è più niente da aggiungere, ma quando non c'è più niente da togliere





Attività a Valore Aggiunto
Attività NON a Valore Aggiunto
Attesa

CONFINDUSTRIA Benevento

PRAXI

Improving Performance

Cos'è il Lean Thinking

Lean Thinking

Abbattimento degli sprechi per creare processi standardizzati eccellenti al minor costo possibile con le risorse disponibili!

Forse non sapevate che…

È un nuovo modo di pensare che non tollera gli sprechi

È un nuovo modo di gestire che responsabilizza le persone e induce al Problem Solving

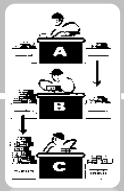
È un scelta adatta a tutti i contesti aziendali

È un nuovo modo di gestire che mette al centro il cliente

È un modello gestionale che impone flessibilità ma controllata aziendali

Benchmark tra due modelli

Il Lean Thinking nasce come concettualizzazione di un sistema di management collaudato con risultati eccellenti: il **Toyota Production System**.

	Disallineamento azienda-mercato	Produzione a Lotti	Layout Job Shop	Lavorazioni non necessarie	Eccesso di Scorte	Proliferazione di difetti
Sistema Occidentale						
Toyota Production System						
	Sistema produttivo "pull"/JIT	Produzione a flusso - Kanban	Layout Flow-Shop	SMED/ Visual Management	Scorte sotto controllo	Zero difetti

CONFINDUSTRIA
Benevento

PRAXI
Improving Performance

5 Principi del Lean Thinking

1 VALUE

Ripensare il valore dal punto di vista del **Cliente**

2 MAP

Mappare il flusso del valore e individuare gli **sprechi**

3 FLOW

Creare un flusso per **ridurre i lead time***

4 PULL

Far «**tirare**» la produzione dal Cliente

5 PERFECTION

Miglioramento continuo

Lotta agli sprechi

MURI
condizioni/ forzature illogiche di svolgimento del lavoro

MURA
rappresentano elementi di casualità

Riconoscerli per minimizzarli o eliminarli

MUDA
Transportation – Trasporto
Inventory – Magazzino
Movement – Spostamento
Waiting – Attesa
Over-production – Sovra-produzione
Over-processing – Sovra-lavorazione
Defects – Difetti

CONFINDUSTRIA
Benevento

PRAXI
Improving Performance

Lotta agli sprechi

L'ottavo spreco

Non utilizzare

in modo adeguato

le competenze delle

persone

o non far esprimere

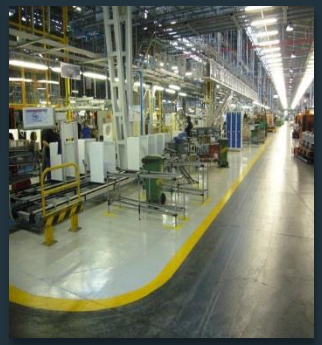
le loro capacità

CONFINDUSTRIA
Benevento

PRAXI
Improving Performance

Strumenti del Lean Thinking

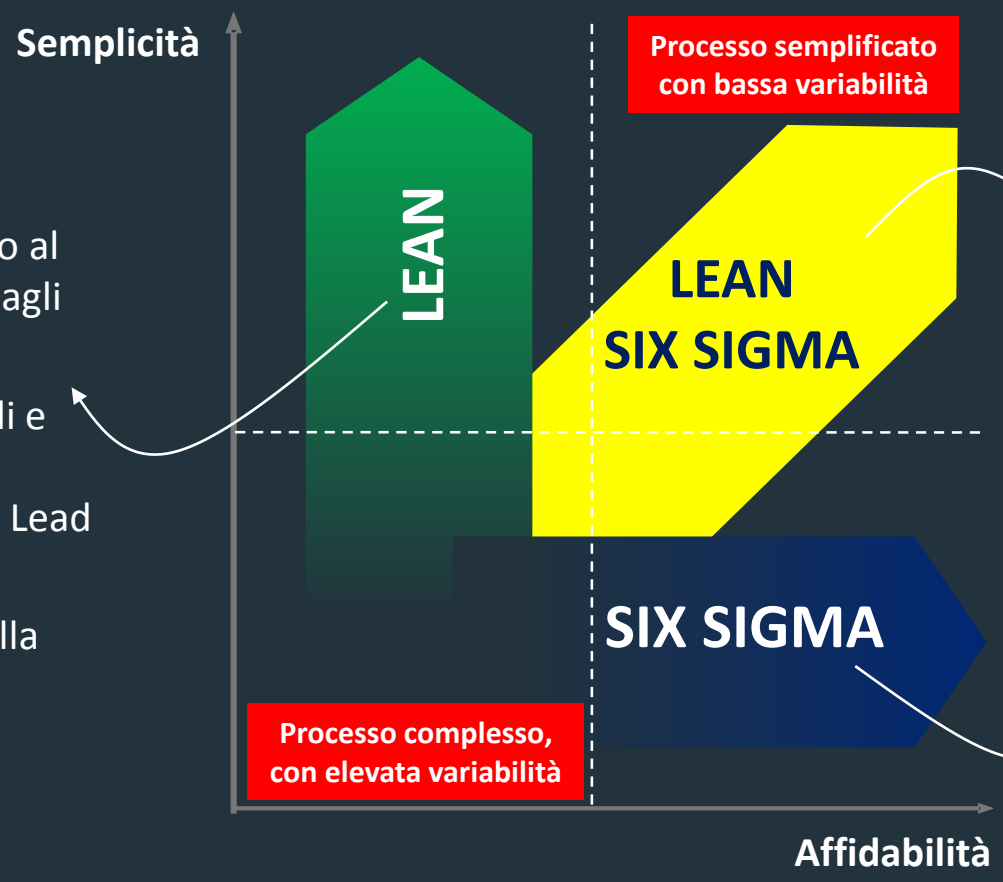
- JUST IN TIME
- KANBAN
- SMED - Riduzione del tempo di Set Up
- VISUAL MANAGEMENT - Strumenti di Gestione Visiva
- VALUE STREAM MAP - Mappatura del flusso di valore
- HEJUNKA BOX - Bilanciamento dei flussi
- 5S – Mantenere pulito e ordinato il posto di lavoro
- POKA YOKE - Prevenzione degli errori *



Obiettivo: Lead Time più brevi

Dalla Lean al Lean Six Sigma

- Orientamento al cliente: lotta agli sprechi
- Processi snelli e veloci per la riduzione dei Lead Time
- Riduzione della complessità



"Riduzione degli sprechi, gestione snella, orientamento al cliente e alla performance in termini di sprechi, errori e velocità di risposta al cliente"

- Orientamento alla performance: + qualità
- Misure esatte, analisi dati e piani di controllo
- Riduzione della variabilità dei processi

CONFINDUSTRIA
Benevento

PRAXI
Improving Performance

L'approccio PRAXI

Il modo in cui PRAXI supporta il miglioramento organizzativo nelle aziende

Non è un refuso!!!

www.praxi.praxi✸

Un punto avanti.
A dot ahead.

(✸) abbiamo ottenuto un dominio di primo livello: innovativo, protetto, esclusivo.

Grazie!

Contatto:
Marco Giugliano
marco.giugliano@praxi.praxi
M 335 6015749

*https://it.linkedin.com/pub/**marco-giugliano**/18/565/bb4*