

Conagra Brands steigert seine Effizienz für eine schnellere globale Produktbereitstellung



Branche:

Lebensmittelverarbeitung,
Verbrauchsgüter

Region:

Global

Beschäftigte:

16.500

Planview Produkt:



Planview Lösung:

Planview
Produktportfoliomanagement

DIE HERAUSFORDERUNG

Conagra Brands blickt auf eine mehr als 100 Jahre alte Tradition in der Herstellung großartiger Lebensmittel zurück. In letzter Zeit wird das Unternehmen jedoch durch eine Vielzahl an neuen Mitbewerbern, einen explosionsartigen Anstieg an unkonventionellen Einzelhändlern sowie signifikante technologische Fortschritte in der Branche gezwungen, die Geschäftsabläufe zu transformieren. Für Innovation im Lebensmittelbereich bedarf es eines stark funktionsübergreifenden und kollaborativen Produktentwicklungsprozesses. Conagra brauchte eine Lösung, die es Projektmanagern in der gesamten globalen Organisation ermöglicht, Produktentwicklungsprojekte effizient durch einen intensiven Vermarktungsprozess zu führen und so Innovationen auf dem Markt bereitzustellen, die im Trend liegen und dem Bedarf entsprechen.

DIE LÖSUNG

Die Produktportfoliomanagement-Lösung von Planview verfügt über all die Funktionen, die Conagra benötigte, um die Belegschaft im gesamten global agierenden Unternehmen zu motivieren und miteinander zu verbinden. Dieses hochgradig anpassbare, intuitive System bietet Echtzeiteinblicke in den Vermarktungsprozess, ermöglicht es, Aufgaben zu priorisieren, Ressourcen gezielt einzusetzen und die Effizienz zu verbessern, um einen größeren Geschäftswert zu erzielen.

„Das Arbeitsumfeld mit zahlreichen Informationssilos hat zu fehlender Transparenz, unzähligen die Produktivität mindernden Meetings und nicht projektbezogenen Konversationen geführt.“

– Mark Evans, VP R&D Product Readiness

Über Conagra Brands

Auch wenn Ihnen der Name Conagra nichts sagt, kennen Sie sicher einige seiner Marken. Die Produkte werden in über 97 % der amerikanischen Haushalte genutzt und sind auch im Einzelhandel in Kanada und Mexiko erhältlich. Zum Sortiment gehören unter anderem die beliebten Marken Bird's Eye®, Duncan Hines®, Healthy Choice®, Marie Callendar's®, Slim Jim® und Orville Redenbacher®. Neben dem Hauptsitz in Chicago, Illinois, hat Conagra Brands mehr als 40 weitere Büros und Einrichtungen in den USA sowie internationale Standorte in China, Kanada, Mexiko und auf den Philippinen.

Die Herausforderung: Steigerung der Unternehmenskapazität in einer stark funktionsübergreifenden Umgebung

Die beträchtliche Zunahme des E-Commerce in der Lebensmittelbranche hat Innovationen signifikanten Vorschub geleistet. Dadurch kann jedoch in vielen Fällen ein Ungleichgewicht zwischen neuen Ideen und der Kapazität einer Organisation für die Vermarktung dieser Ideen entstehen. Das Auftreten neuer Unternehmen und Geschäftsmodelle intensiviert den Wettbewerb in der Lebensmittelindustrie, sodass es wichtiger denn je ist, innovative Produkte schnell auf den Markt zu bringen.

Hinzu kommt, dass die Lebensmittelbranche bei der digitalen Revolution nun auch mit der restlichen Welt gleichgezogen hat und die großen Einzelhändler somit plötzlich ganz neue Datenanforderungen in Bezug auf die unzähligen Produktattribute haben. Der stärkere Fokus auf Daten macht es noch komplexer, neue konsumentenorientierte Ideen und Lösungen mit der Produktionskapazität in Einklang zu bringen.

„Vor 2015 konnte ein Lebensmittelhersteller wie wir mit nur sehr wenigen Betriebsdaten ein Produkt auf den Markt bringen und mit Einzelhändlern Geschäfte machen. Alles was wir brauchten waren der UPC-Code und die Verpackungsmaße, mehr nicht. Diese Basisinformationen reichten aus, um ein neues Produkt in den Einzelhandel zu bringen“, sagt Mark Evans, VP R&D Product Readiness bei Conagra. „Heute müssen wir mehr als 250 Datenattribute für die Vermarktung eines neuen Produktes bereithalten.“

Für Conagra Brands beginnt der Produktvermarktungsprozess damit, Daten zu mehr als 150 Lebensmittelkategorien zu erfassen und die Brachentrends genauestens zu untersuchen – vom Konsumentenverhalten bis zur Kaufaktivität. Diese Erkenntnisse ermöglichen einen objektiven, ganzheitlichen Blick auf den Markt und helfen bei der Entscheidungsfindung rund um die 3.500 aktiven Projekte in einem stark funktionsübergreifenden Vermarktungsprozess. Die verschiedenen Abteilungen F&E, Food Design, Verpackung, Lebensmitteltechnik, Lebensmittelsicherheit, Mikrobiologie, Lebensmittelkennzeichnung, Produktlebenszyklus-Management, Bedarfsanalyse, Brand Marketing, Lieferkette, Transport, Lagerung und Beschaffung müssen synergetisch zusammenarbeiten, um ein neues Produkt zu kreieren.

Conagra verfügte zwar bereits über eine PPM-Software, allerdings war es für sie mehr ein Finanzinstrument, das weniger vom Projektmanagement verwendet wurde. Den Projektmanagern blieb nichts anderes übrig, als ihre Daten, darunter auch geschäftskritische Informationen, in einer Vielzahl verschiedener Tools auf unterschiedlichen Plattformen und auf unzähligen freigegebenen Laufwerken zu speichern und sie per E-Mail oder Sofortnachrichten weiterzugeben. Das Arbeitsumfeld mit zahlreichen Informationssilos hat zu fehlender Transparenz, unzähligen die Produktivität mindernden Meetings und nicht projektbezogenen Konversationen geführt.

Die Lösung: Kürzere Markteinführungszeiten dank lückenlosem Überblick über die Strategiemsetzung

Um die Geschäftsprozesse von Conagra zeitgemäß zu gestalten, haben Mark Evans und sein Team nach einer Lösung gesucht, die die Transparenz und Zusammenarbeit verbessert, als zentrale Informationsquelle für bessere funktionsübergreifende Abstimmung dient und letztendlich die Markteinführungszeiten verkürzt. Für die Effizienzsteigerung bei Conagra war von zentraler Bedeutung,

dass das gewählte Tool die Kernteams tatsächlich bei ihrer Arbeit unterstützt und nicht einfach nur erzwungenermaßen vom Management in den Workflow integriert wurde. Denn nur Mehrwert sorgt für Akzeptanz.

Mark Evans war überzeugt davon, dass das Unternehmen in der Produktportfoliomanagement-Lösung von Planview das Gefundene hat, wonach gesucht wurde. Die Vernetzung und Einbindung der Belegschaft des gesamten globalen Unternehmens, Transparenz in Echtzeit, die Übertragung der Verantwortung für die Arbeitsdurchführung, verbesserter Zugriff auf alle Projektinformationen und gesteigerte Effizienz dank automatisierter Workflows bieten Projektmanagern einen lückenlosen Überblick über die Strategiemsetzung.

Gemeinsam mit ihren Partnern von Planview® initiierten Mark Evans und sein Team eine Bottom-Up-Implementierungsstrategie, im Rahmen derer ein Netzwerk aus 55 Employee Champions 1.400 potentielle Nutzer betreute. Diese Champions können die individuellen Bedürfnisse ihrer Kollegen vor Ort besser einschätzen und so direkt in der Lösung von Planview maßgeschneiderte Trainingsinhalte bereitstellen und den Nutzern die Möglichkeit geben, Fragen und Anfragen zu stellen und Feedback zu erhalten.

Indem Conagra ein System für alles nutzt und den Fokus auf das gewünschte Geschäftsergebnis eines Auftrags legt, konnte das Unternehmen die Lösung von Planview an die Besonderheiten seiner Kernteams anpassen und so die breitflächige Akzeptanz und Anwendung fördern. Globale Teams sind nun ausreichend vernetzt, um ein umfangreiches Projektportfolio über Zeitleisten, Produktlinien und Abhängigkeiten hinweg zu verwalten und abzuschließen, während die Führungskräfte während des gesamten Vermarktungsprozesses Echtzeiteinblicke in den Projektstatus erhalten.

Die Ergebnisse: Welche Vorteile bieten aussagekräftige Erkenntnisse aus einer zentralen Informationsquelle?

Dank der leistungsstarken Funktionen der Produktportfoliomanagement-Lösung von Planview hat Conagra laut Mark Evans von jetzt an Zugang zu „einer unvorstellbaren Menge an Daten in nur wenigen Klicks“. Conagra kann nun von einem Ort aus alles überblicken, von Marken zu Projekten bis hin zu den einzelnen Herstellungsorten und den 5.000 Inhaltsstoffen und Zutaten und 20.000 Verpackungsmaterialien.

Der eigentliche Vorteil liegt in der Effizienzsteigerung und den Kosteneinsparungen, die dadurch entstehen, dass die gleichen Aktivitäten bezogen auf ein Produkt nicht mehrmals durchgeführt werden müssen. Häufig laufen mehrere Unternehmensprojekte zeitgleich für ein einzelnes Produkt (SKU). Bei der mangelhaften Transparenz, wie sie vor Einführung der Planview Lösung vorherrschte, hat das Unternehmen „eine Verpackung möglicherweise sechs Mal innerhalb von eineinhalb Jahren geändert, um sechs verschiedene Projekte umzusetzen“, so Mark Evans. „Jetzt können Projektmanager diese Änderungen koordinieren, was den Betriebsablauf im Werk vereinfacht und Verschwendung reduziert.“ Der unmittelbare Zugriff auf Informationen steigert die Effizienz und Produktivität, da weniger Meetings notwendig sind, in denen Zeit mit Statusupdates verschwendet wird. So kann der Fokus in diesen effizienten Besprechungen auf gesunde Debatten, Diskussionen und Abstimmungen gelegt werden.

Die Zukunft: Neue Arten der Wertmessung

Da Conagra weiter auf dem Nutzen der Lösung von Planview aufbauen will, ist in nachfolgenden Phasen die Einführung von Capabilities zur Ressourcenkapazitätsplanung und Data-Readiness-Messung geplant. Letzteres ist eine systematische, aufgabenorientierte Methode, um die Produktattributsdaten zur Unterstützung der Produkteinführung während der physischen Herstellung des Produktes zu verfolgen.

„Mehrwert kann auf viele verschiedene Arten gemessen werden“, so Mark Evans. „Für uns geht es um die Durchführung der Arbeit, die Innovationen von Produkten und die Erneuerung unseres Portfolios. Ein Dashboard, das objektiv ist und die Realität widerspiegelt – das ist unfassbar aufregend!“

Weitere Informationen zu den Vorteilen von Planview® Lösungen für Ihr Unternehmen finden Sie unter [Planview.com/de](https://www.planview.com/de).

