

Herbapol Poznań
– fuzja, nowe gamy
produktów i 4-dniowy
dzień pracy.

**Droga ku
innowacyjności.**

Marcjanna Metlak, Tomasz Wrzesiewski



Misja firmy:
Z natury i z serca



Wizja firmy:
łączyć tradycję i intuicję zielarzy
z innowacyjnością i potęgą nauki.



MARCJANNA METLAK
PZZ Herbapol S.A.



TOMASZ WRZESIEWSKI
Art Strategy Group Sp. z
o.o.



Wyzwania i korzyści dla produkcji przy wdrażaniu WORK-LIFE BALANCE w Herbapol Poznań w 2024 roku

WLB w Herbapolu Poznań- historia i tło

- Ruchomy czas pracy
- Praca zdalna
- Projekt 4 dniowego tygodnia pracy

Wyzwania i cele

- Wskaźnik frekwencji
- Wydajność procesów (koszty) + zmiany
- Organizacja pracy (zarządzanie zadaniami w krótszym czasie)
- HR (Adaptacja pracowników, rekrutacje)

Proces wdrażania 4 dniowego tygodnia pracy

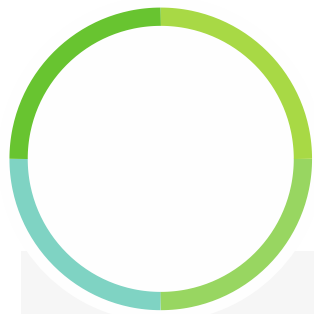
- Ankiety wśród pracowników
- Raporty Top managementu o stabilności procesów

Zagrożenia

- Zwiększenie obciążenia pracą (presja)/maszyn
- Problemy z łańcuchem dostaw
- Jakość + BHP
- Obsługa klienta
- Potencjalne obniżenie produktywności

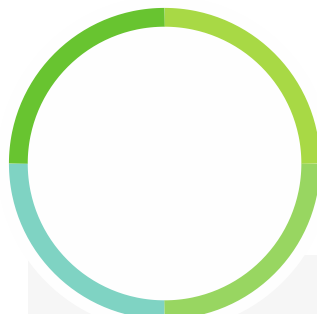


Wnioski z wdrażania WLB



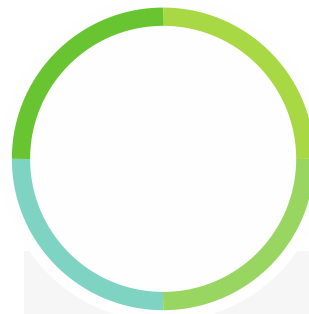
Zwiększona produktywność:

krótszy tydzień pracy może prowadzić do większej efektywności



Zmniejszenie stresu:

krótszy tydzień pracy może obniżyć poziom stresu pracowników



Lepsza równowaga między życiem zawodowym a prywatnym:

więcej czasu dla rodziny i na hobby

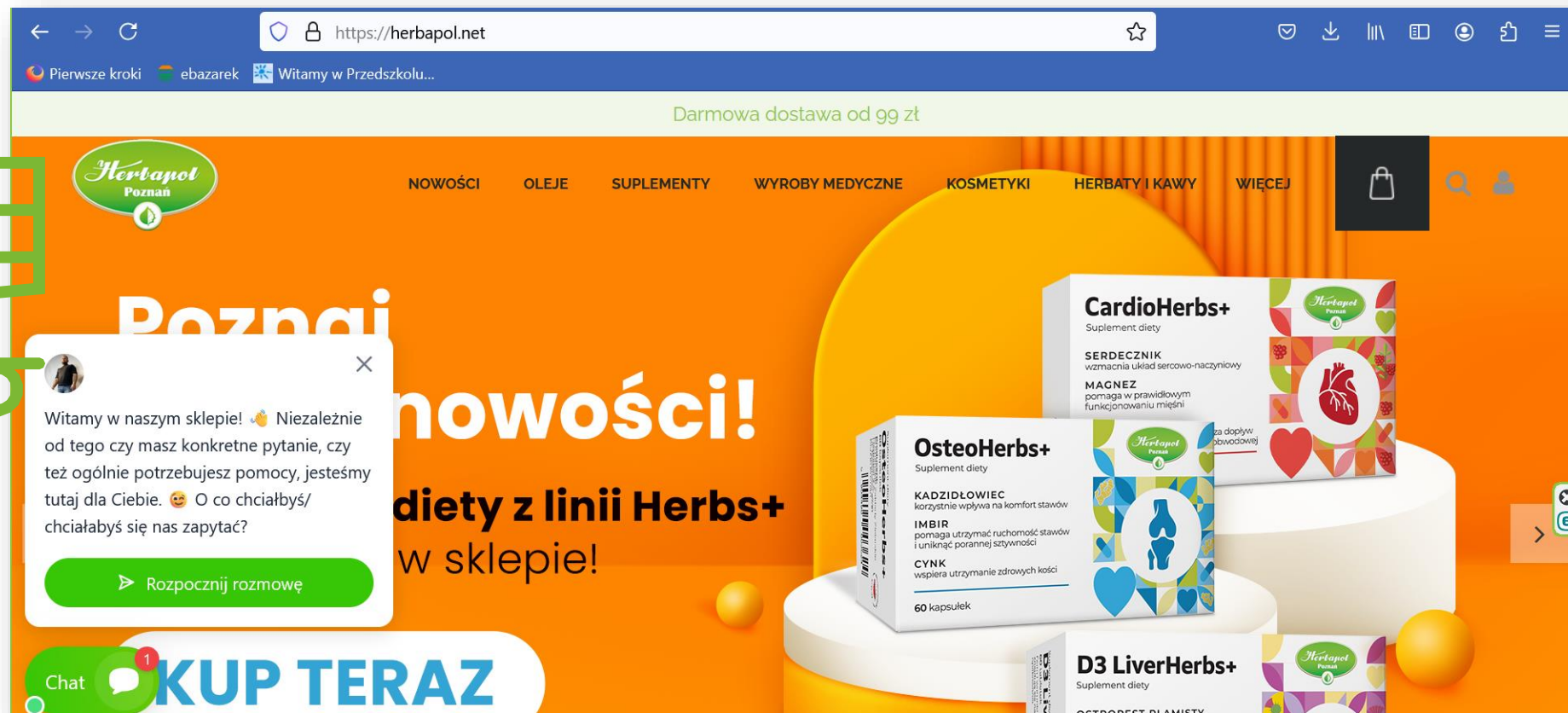


- Kreatywność
- Spotkania
- Inicjatywy

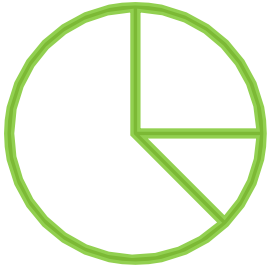


Wdrożenie e-commerce. Wyzwania i korzyści dla produkcji

5



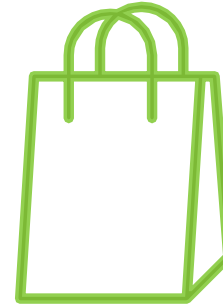
E-commerce - powody



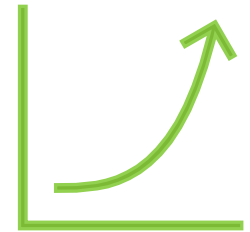
Potrzeba większej
ekspansji rynku



Nowy kanał
sprzedaży, zgodnie
z trendami
zakupowymi, które
uległy zmianie w
ciągu ostatnich lat,
zwłaszcza po
pandemii



Wdrożenie nowych
gam produktowych



Poszerzenie
kanałów sprzedaży
dla istniejących
produktów i
przejętych w wyniku
połączenia spółek

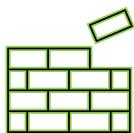


E-commerce - przebieg



Faza analityczno-koncepcyjna

- Diagnoza stanu obecnego
- Zaprojektowanie strategii e-commerce
- Poprawa istniejących procesów
- Zaprojektowanie dodatkowych procesów i funkcji dla istniejących jednostek/ działów



Faza implementacji i integracji

- Platforma e-commerce. (Shopper/Baselinker)
- Rozwój nowej marki produktowej i zintegrowanych procesów R&D w tym kierunku.
- Pozycjonowanie, targetowanie i segmentacja – przygotowanie conceptów marketingowych i scenariuszy finansowych.



Faza uruchomienia sklepu i kampania marketingowa

- ERP
- Magazyn produktów e-commerce
- Jedno centrum informacji o produktach
- Połączenie z wiodącymi platformami handlowymi (Amazon, Allegro, Ceneo)

E-commerce – korzyści i wyzwania

- Integracja z procesami marketingu i sprzedaży firmy (przemodelowanie marketingu).
- Zbudowanie wymagań i mierników dla e-commerce.
- Interakcja e-commerce z „core business” PZZ Herbapol S.A.
- Umiejętność zarządzania projektami w sposób hybrydowy (waterfall + agile).



Wyzwania dla produkcji związane z przeprowadzoną fuzją z inną firmą

Powody fuzji

**Ekspansja
rynkowa:**

Zwiększenie
udziału w
rynku

**Synergie
kosztowe:**

Redukcja
kosztów
operacyjnych

**Zwiększenie
skali
działalności:**

Lepsze
wykorzystanie
zasobów



Zarządzanie projektami

- Powołanie zespołu i współpraca z Art Strategy Group
- Przydzielenie odpowiedzialności

Integracja + zarządzanie zmianą

- Połączenie struktur organizacyjnych i procesów
- Unifikacja kultury operacyjnej

Przebieg fuzji

Planowanie i analiza ryzyka

- Analiza strategiczna i finansowa

Monitorowanie

- Ocena postępów i wprowadzanie korekt = lessons learned



Wyzwania dla produkcji w fuzji

1

Standaryzacja procesów:

Inne procedury operacyjne (zarządzanie produkcją) + Optymalizacja przepływu pracy + Szkolenia pracowników

2

Automatyzacja i integracja systemów IT:

Trudności w połączeniu różnych systemów

Koszty inwestycji i przestoje produkcyjne (wynikające z problemów z integracją)

3

Unifikacja kultury organizacyjnej:

Zderzenie kultur

Komunikacja

Motywacja pracowników

4

Zarządzanie zmianą:

Opór pracowników

Szkolenia i adaptacja

5

Problemy logistyczne: Koordynacja dostaw zmiany w harmonogramach dostaw surowców i komponentów mogą prowadzić do opóźnień.

6

Kontrola jakości i utrzymanie spójnych standardów

Monitorowanie i audyt

Korzyści z fuzji

1

Zwiększona efektywność:

Lepsze wykorzystanie zasobów

4

Know-how procesów technologicznych

2

Większa skala produkcji:

Możliwość realizacji większych zamówień

5

Zarządzanie projektami:
analiza ryzyka

3

Lepsza pozycja rynkowa:

Zwiększenie konkurencyjności

6

Zmiany w kulturze organizacyjnej:
większa otwartość na zmiany
i integracja zespołów

Wdrożenie nowych gam produktowych



Nowe gamy produktowe – przebieg wdrożenia

ustalenie
składów i wybór
kontraktorów

podpisanie
umowy i
produkcja
kontraktowa



badania
rynku

próby
technologiczne

start kampanii
marketingowej



Nowe gamy produktowe – korzyści i wyzwania

- Dopasowanie składów suplementów do możliwości produkcyjnych - produkcja kontraktowa.
- Dopasowanie składów suplementów do oczekiwań rynku (bez Gmo, wegański, czysty mikrobiologicznie, ekologiczny).
- Weryfikacja możliwości wytworzenia suplementów możliwa po przeprowadzeniu testu na docelowej linii produkcyjnej.
- Zamówienie surowców do prób technicznych uzależniona od akceptacji składów zgodnych z oczekiwaniami rynku.
- Wejście z produktem w segmencie premium.
- Wdrożenie metodą projektu (agile).

