

Blue Yonder renforce ses relations avec HEINEKEN afin de planifier la demande volatile dans un monde en rapide évolution

La demande ayant rapidement évolué pendant la pandémie de COVID-19, les producteurs de boissons ont besoin de capacités de prévision plus précises afin de garder une longueur d'avance sur les consommateurs assoiffés. C'est pourquoi HEINEKEN, le brasseur le plus international du monde, a renforcé ses capacités de planification de la demande grâce à [Blue Yonder](#), leader mondial de la digitalisation de la supply chain et de l'exécution omnicanale. HEINEKEN appliquera la [solution de planification de la demande](#) alimentée par le machine learning (ML) de Blue Yonder, afin de suivre l'évolution rapide des tendances de la demande des consommateurs.

Engagée en faveur de l'innovation et de l'investissement de marque à long terme, HEINEKEN recherchait une solution capable de renforcer ses capacités numériques pour permettre des prévisions plus précises, plus intégrées et plus automatisées.

Blue Yonder fournira des solutions pour améliorer la précision des prévisions, des capacités de planification permanentes, ainsi qu'une nouvelle expérience utilisateur. Le signal amélioré de la demande alimentera la plateforme Luminare de Blue Yonder, alimentée par un moteur d'optimisation rapide, qui se traduit par une performance encore plus grande de la supply chain. Client de longue date de Blue Yonder, HEINEKEN utilise d'ores et déjà les solutions de planification de la supply chain de bout en bout de Blue Yonder au sein de la plupart de ses sociétés d'exploitation, afin d'optimiser et coordonner les décisions concernant les ventes, la supply chain, les opérations et la finance. Dans les années à venir, la nouvelle solution de planification de la demande sera déployée dans cinq de ses plus grandes sociétés d'exploitation dans le monde.

« Chez HEINEKEN, nous nous sommes engagés dans une aventure ambitieuse pour devenir le meilleur brasseur connecté, en passant d'une interaction fragmentée à une interaction numérique fluide sur l'ensemble de la chaîne de valeur. L'introduction du machine learning dans le cadre de la mise en place d'une capacité de planification transversale intégrée dans toute notre entreprise est un élément clé de cette aventure. La solution nous aidera à poursuivre notre croissance et à répondre aux demandes changeantes de nos clients et consommateurs », a déclaré Marc Bekkers, directeur de la planification de la supply chain mondiale chez HEINEKEN.

Développée sur Microsoft Azure, la solution de planification de la demande de Blue Yonder fournit en permanence des renseignements sur la supply chain d'un client, afin d'aboutir à des décisions commerciales plus intelligentes et plus rentables en utilisant l'IA et au ML. La solution peut ingérer plusieurs centaines de facteurs d'influence internes et externes qui stimulent la demande, afin de fournir une projection unique de la demande avec un impact et un risque commercial calculés. HEINEKEN bénéficiera d'une meilleure gestion des stocks ainsi que d'une compréhension améliorée des moteurs de la demande ainsi que du comportement des consommateurs.

« HEINEKEN est un client de longue date de Blue Yonder, c'est pourquoi nous nous réjouissons de

renforcer l’empreinte de sa supply chain, en l’aidant à développer des prévisions extrêmement précises grâce à notre solution de planification de la demande basée sur l’IA et le ML. Cette capacité, associée à Microsoft Azure, aidera HEINEKEN à continuer de répondre à la demande des consommateurs, tout en renforçant sa position de producteur mondial de boisson », a déclaré Johan Reventberg, président EMOA chez Blue Yonder.

Ressources supplémentaires :

- En savoir plus sur les solutions [Luminate™ Planning](#) de Blue Yonder

À propos de HEINEKEN

HEINEKEN est le brasseur le plus international du monde. Il est le principal fabricant et distributeur de marques de cidre et de bière haut de gamme. Porté par la marque Heineken®, le portefeuille du Groupe compte plus de 300 bières internationales, nationales et locales, ainsi que des bières spéciales et des cidres. HEINEKEN prêche une attention particulière à l’innovation, à l’investissement de la marque à long terme, ainsi qu’à une exécution commerciale rigoureuse et à une gestion ciblée des coûts. Avec son programme « Brewing a Better World », il intègre le développement durable dans tous les domaines d’activité de l’entreprise. HEINEKEN bénéficie d’une large présence géographique et de positions de leadership sur les marchés développés comme sur ceux en voie de développement. Il emploie plus de 84 000 personnes et exploite des brasseries, malteries, cidreries et autres sites de production dans plus de 70 pays. Les actions de Heineken N.V. et Heineken Holding N.V. sont cotées à Euronext, Amsterdam. Le cours des actions ordinaires peut être consulté sur Bloomberg, sous les symboles HEIA NA et HEIO NA ou sur Reuters, sous les symboles HEIN.AS et HEIO.AS. HEINEKEN parraine deux programmes « American Depositary Receipt » (ADR) de niveau 1 : Heineken N.V. (OTCQX : HEINY) et Heineken Holding N.V. (OTCQX : HKHHY). Les informations les plus récentes sont disponibles sur le site Web de HEINEKEN : www.theHEINEKENcompany.com. Suivez-nous sur [LinkedIn](#) et [Twitter](#).

À propos de Blue Yonder

Blue Yonder est le leader mondial de la digitalisation de la supply chain et de l’exécution omnicanale. Notre plateforme de bout en bout intelligente permet aux distributeurs, industriels et logisticiens de mieux prévoir, pivoter et adresser la demande des consommateurs.

Avec Blue Yonder, vous pouvez prendre des décisions plus éclairées et de manière plus automatisée et réinventer l’expérience client.- **Fulfill your Potential™** blueyonder.com

« Blue Yonder » est une marque de commerce ou une marque de commerce déposée de Blue Yonder Group, Inc. Tous les noms de marque, de produit ou de service mentionnés dans le présent document et utilisant le nom « Blue Yonder » sont des marques de commerce et/ou la propriété de Blue Yonder Group, Inc. Tous les autres noms d’entreprise ou de produit peuvent être des marques de commerce, des marques de commerce déposées ou des marques de service de sociétés auxquelles elles sont associées.

Le texte du communiqué issu d’une traduction ne doit d’aucune manière être considéré comme officiel. La seule version du communiqué qui fasse foi est celle du communiqué dans sa langue d’origine. La traduction devra toujours être confrontée au texte source, qui fera jurisprudence.



Consultez la version source sur businesswire.com :
<https://www.businesswire.com/news/home/20210217005702/fr/>