

## **Come costruire un'organizzazione di Customer Service globale**

Ogni anno, a Dicembre, nella fredda Stoccolma si tiene un importante evento dedicato al mondo del post-vendita, l'Aftermarket Business Platform.

Riccardo Signorini - Marketing Director - Customer Service, Fabio Perini S.p.A.

Giunto quest'anno alla sua quinta edizione, l'Aftermarket Business Platform è un'occasione unica per scambiare esperienze ed opinioni sull'importante argomento del post-vendita. All'evento partecipano relatori provenienti dalle più quotate aziende internazionali, quali Caterpillar, Philips, Husqvarna, Ericsson, Hewlett Packard, Siemens, e tra le altre, lo scorso Dicembre, è stata invitata a fornire il proprio contributo anche la Fabio Perini S.p.A., in rappresentanza delle aziende del Gruppo KPL.

Gli organizzatori del simposio, infatti, hanno individuato nella Fabio Perini una azienda da prendere ad esempio per la capacità con cui ha affrontato la transizione da produttore di macchinari a partner commerciale dei propri clienti assistendoli durante tutto il ciclo di vita dei loro macchinari. L'evento è stato l'occasione per raccontare la nostra esperienza ed esporre la strategia adottata dalla nostra struttura di Customer Service, con lo speech dal titolo "How to build a successful Customer Service Organization globally. Strategies and considerations for a mid-size product manufacturer".

IL MESSAGGIO PRINCIPALE EMERSO DAL SIMPOSIO È LA NUOVA DIMENSIONE DI CUSTOMER SERVICE da intendersi come mercato del futuro e non una semplice estensione del business in veste di Aftermarket e quindi separato dal mercato; una considerazione importante supportata da una ricerca condotta da VDMA1, una delle principali associazioni di fornitori di servizi in Europa.

Mentre negli anni 90 quello del post-vendita, che rappresentava appena il 15% del totale del fatturato dell'industria, era da considerarsi una appendice al core business delle aziende, oggi stiamo attraversando una fase in netta crescita. Lo stesso post-vendita, oggi, sta assumendo un ruolo fondamentale, diventando parte capacità con cui ha affrontato la transizione da produttore di macchinari a partner commerciale dei propri clienti assistendoli durante tutto il ciclo di vita dei loro macchinari. L'evento è stato l'occasione per raccontare la nostra esperienza ed esporre la strategia adottata dalla nostra struttura di Customer Service, con lo speech dal titolo "How to build a successful Customer Service Organization globally. Strategies and considerations for a mid-size product manufacturer".

IL MESSAGGIO PRINCIPALE EMERSO DAL SIMPOSIO È LA NUOVA DIMENSIONE DI CUSTOMER SERVICE da intendersi come mercato del futuro e non una semplice estensione del business in veste di Aftermarket e quindi separato dal mercato; una considerazione importante supportata da una ricerca condotta da VDMA1, una delle principali associazioni di fornitori di servizi in Europa.

Mentre negli anni 90 quello del post-vendita, che rappresentava appena il 15% del totale del fatturato dell'industria, era da considerarsi una appendice al core business delle aziende, oggi stiamo attraversando una fase in netta crescita. Lo stesso post-vendita, oggi, sta assumendo un ruolo fondamentale, diventando parte integrante del prodotto con una quota in valore pari al 27% del totale ed una ulteriore previsione di crescita, che nel 2015 arriverà ad una quota del 40% del volume totale nell'industria.

Una visione chiara del contesto economico che stiamo vivendo e di come in un futuro molto prossimo il servizio di post-vendita diventerà il main player nell'instaurare relazioni di lungo periodo con i nostri partners commerciali. Non mera e pura vendita ma un servizio completo di affidabilità e consulenza capace di consolidare i rapporti di business.

ANALIZZANDO AD ESEMPIO IL NOSTRO SETTORE, QUESTA VISIONE SI AMPLIFICA E DIVENTA ANCORA PIÙ STRATEGICA. La dimensione del mercato del tissue è relativamente piccola, ma globale, ed inoltre si ha una frammentazione delle

aziende che forniscono macchinari dediti alla trasformazione e al confezionamento.

Le aziende Fabio Perini da sempre si contraddistinguono per la tecnologia e per il servizio che forniscono a supporto di quest'ultima. Negli anni le nostre aziende hanno sempre investito in competenza e capacità di supportare gli operatori del settore attraverso strategie di crescita mirate ad anticipare il mercato soddisfacendo i bisogni delle aziende con servizi e aggiornamenti adeguati.

Il mercato è in costante evoluzione, velocità e performance dei macchinari non fanno più da soli la differenza; oggi gli imprenditori cercano assets più redditizi che assicurino alti livelli di efficienza nel corso del tempo, perché, come tutti sappiamo, "il tempo è denaro".

Questa "velocità" del mercato impone oggi ai fornitori una capacità di adattamento superiore rispetto al passato e sicuramente più snella che permetta la continuità dell'attività aziendale. Per questo già da tempo abbiamo organizzato il nostro Customer Service in modo da soddisfare tutte le esigenze dei nostri clienti ed aiutarli a mantenere le loro performance ai massimi livelli. Perché entrare nella famiglia delle aziende Fabio Perini significa crescere insieme.

**IN PARTICOLARE, IL NOSTRO CUSTOMER SERVICE È STRUTTURATO IN CINQUE MACRO-AREE**, la prima delle quali è quella che riguarda la distribuzione di parti di ricambio originali. Vista l'esigenza dei clienti di avere parti in tempi brevissimi, la nostra logistica è stata ottimizzata grazie a 5 magazzini dislocati tra Italia, Brasile, Cina e U.S.A.; 5 magazzini a cui se ne aggiunge un sesto, virtuale, Spares On-Line, il web shop delle nostre aziende in linea ormai dal 2004.

Una delle richieste più comuni che ci venivano rivolte dal mercato, cioè di mantenere le linee al passo con i tempi, rendendo disponibile innovazione continua anche su macchine già in produzione, ci ha portato a ideare il programma T.I.P. (Technical Improvement Program). In questo ambito abbiamo ad esempio lavorato per consentire ai trasformatori di mantenere in perfetta efficienza i rulli Anilox usati per stampa e goffratura. Grazie al sistema di pulizia A.C.E., risulta immediato ottimizzare le risorse riducendo gli sprechi. Da qualche mese abbiamo anche presentato un innovativo sistema di "rilevazione eventi ad alta velocità", sviluppato specificatamente per il settore della trasformazione. Grazie al T.I.P. M-001 è possibile raccogliere informazioni durante il processo di trasformazione analizzando in modo puntuale e tempestivo i problemi che eventualmente si possono presentare sulla linea.

**UN TERZO, FONDAMENTALE ASPETTO DEL NOSTRO CUSTOMER SERVICE È QUELLO DELLA ASSISTENZA TECNICA**, anche conosciuta come Technical Service. I nostri clienti, che si trovano in ogni angolo del globo, hanno bisogno di interventi rapidi e tempestivi nel caso in cui i loro macchinari abbiano dei problemi. Per essere quanto più possibile vicini ai nostri clienti, a partire da Gennaio 2011 abbiamo creato una squadra di 67 tecnici unicamente dedicati all'assistenza post-vendita, dislocati tra Lucca, Bologna, Green Bay, Shanghai, Joinville, Miami, Fuji e Seoul. Consapevoli di quanto ciò sia importante per i trasformatori, le nostre aziende continuano ad investire sempre più in tools di assistenza in remoto. Ecco che da Gennaio di quest'anno a Spares On-Line si è aggiunto Expert On-Line, il servizio di assistenza remota grazie al quale i clienti delle aziende Fabio Perini hanno a disposizione un numero unico al quale rivolgersi con esperti a propria disposizione 24 ore su 24. Grazie a questo servizio è quindi possibile individuare e risolvere eventuali guasti in remoto, senza attendere l'arrivo di un tecnico in loco, cosa che permette al cliente grossi risparmi di tempo e denaro.

**ALTRO ASPETTO MOLTO IMPORTANTE DEL CUSTOMER SERVICE È SICURAMENTE IL TRAINING**. La formazione del personale rappresenta per le aziende un bene dal valore incalcolabile, che le aiuta a mantenersi competitive ed efficienti. Ormai da oltre un decennio il nostro Training Centre continua a sviluppare corsi ad hoc, che vengono tenuti da un gruppo di Trainers qualificati capaci di favorire lo scambio di esperienza tra teoria e pratica. Un ulteriore passo in avanti in questa direzione è il nostro e-Training, uno strumento che abbiamo sviluppato con il quale è possibile mantenere formati ed aggiornati tutti coloro che operano sulle linee di trasformazione, con test interattivi e tracciabilità delle operazioni.

**LA QUINTA AREA DEL NOSTRO CUSTOMER SERVICE È QUELLO DEL B.E.S.T. PRODUCT, DOVE B.E.S.T. STÀ PER BRANDING, EMOSSING, SAMPLES AND TRIALS**, i servizi che offriamo per passare rapidamente dalla elaborazione della idea agli scaffali del supermercato in modo assolutamente confidenziale e sicuro.

Consapevoli di come l'innovazione sia essenziale nell'ambito delle goffrature da anni mettiamo a disposizione due linee pilota estremamente versatili, perfette per provare e sperimentare nuove idee di incisione. Recentemente, poi, abbiamo ulteriormente rafforzato il servizio di proto-tipizzazione dei rulli acciaio di nostra produzione, mettendo a disposizione dei nostri clienti un nuovo laser e rinnovando completamente le due linee pilota fino a farne due veri e propri B.E.S.T. laboratories. Due laboratori che si aggiungono al software di analisi grazie al quale i nostri specialisti sono in grado di evidenziare immediatamente le vibrazioni ed il consumo dei rulli in modo da

annullare il gap tra la produzione di campioni e la produzione in scala.

Inoltre, per rendere sempre più facile e veloce l'introduzione di nuove incisioni sul mercato, e per aiutare i nostri partners ad essere sempre più innovativi e versatili, abbiamo lanciato il servizio Re-Store, grazie al quale siamo in grado di dare una nuova vita ai rulli immobilizzati con tempi e costi contenuti. I rulli di acciaio inutilizzati potranno essere ripristinati alle condizioni iniziali e incisi nuovamente, il tutto con garanzia Perini. Queste, in breve, le cinque aree del Customer Service delle nostre aziende con cui oggi rispondiamo alle richieste che ci vengono dal mondo dei nostri clienti.

TUTTAVIA, FACENDO TESORO DI CIÒ CHE DISSE UNA VOLTA WILSON MIZNER, OVVERO CHE "CHI SA ASCOLTARE NON SOLTANTO È SIMPATICO A TUTTI, MA DOPO UN PO' FINISCE CON L'IMPARARE QUALCOSA". ("A good listener is not only popular everywhere, but after a while he gets to know something"), vogliamo continuare sulla strada di un confronto continuo e duraturo con i nostri clienti. Attraverso un percorso dialettico instaurato con le aziende che negli anni hanno scelto la tecnologia Fabio Perini abbiamo imparato quanto, affidabilità, assistenza veloce e continuata, siano gli strumenti per garantire e mantenere una posizione di leadership. Con questo spirito ci stiamo muovendo in questa direzione, facendo tesoro della nostra esperienza e mettendola a disposizione del settore attraverso servizi mirati a migliorare la qualità del lavoro dei trasformatori. Per questo, stiamo raccogliendo feedback per migliorare Spares On-Line, e renderlo più efficace ed user friendly, eventualmente collegandolo ai sistemi ERP dei nostri partners come già sperimentato in alcuni casi. Inoltre nel corso dei prossimi mesi, abbiamo intenzione di condurre vari sondaggi con i nostri partners, per capire sempre più e sempre meglio che cosa si attende il mercato. Un mercato che è in continua evoluzione; una evoluzione che richiede estrema flessibilità e rapidità di adattamento. •

1. VDMA - (Verband Deutscher Maschinen - und Anlagenbau - German Engineering Federation) è una delle più importanti associazioni europee di fornitori di servizi e offre la più grande rete di industrie in Europa.

### **B.E.S.T.: acronimo di Branding, Embossing, Samples e Trials.**

Branding indica il processo di creazione di un brand attraverso analisi di mercato, sviluppo di modelli di comunicazione aziendale e tecniche promozionali su misura.

Embossing, la goffratura, entra in gioco quando sono stati identificati gli elementi trainanti del mercato. Il passo successivo è costituito dallo studio e lo sviluppo di un nuovo disegno e dalla realizzazione del rullo inciso. Qui i clienti sono accompagnati a scegliere la decorazione più adatta a raggiungere i loro obiettivi.

Samples, la possibilità di produrre dei campioni di prova di nuovi decori goffrati per lanciare un nuovo prodotto e valutare il suo impatto sul mercato.

Per Trials, le prove, la Fabio Perini ha messo a disposizione dei clienti il suo laboratorio tecnico rinnovato sia durante la fase di progettazione sia durante il processo di produzione, così da esplorare diverse varianti, con l'aggiunta di un tocco speciale su ogni prodotto selezionato.