



Al servizio dei clienti

Dalla total customer satisfaction alla competizione sempre più aperta e intensa: la ricerca di un vantaggio competitivo e la volontà di fidelizzare i propri clienti passano anche attraverso i servizi post-vendita, una variabile importante di questa strategia industriale. Ne vediamo quattro esempi

di Francesco Marri

Le aziende costruttrici si stanno da tempo attrezzando per fornire un supporto che accompagni i clienti in modo attivo dall'acquisto della macchina lungo tutto il periodo di gestione degli impianti. Sotto questo aspetto, i servizi post-vendita hanno un'importanza sempre maggiore, sia per i costruttori che per gli utilizzatori. Da questa gestione, i costruttori aumentano il numero di variabili con le quali affrontano la competizione, gestiscono in modo pianificato, e quindi controllabile, l'andamento dei costi di intervento e possono realizzare anche un nuovo centro di ricavi. Gli utilizzatori hanno invece la possibilità di ottenere dei servizi tecnologici importanti, che permettono un salto di qualità rilevante nella gestione dei loro impianti di produzione, ma hanno anche la certezza che il proprio processo produt-



Per **Mauro Abrami**, vice presidente di **GMV Macchine Utensili**, importatore e distributore di macchine utensili di Stezzano (BG), uno degli aspetti più importanti è la proposta di cicli di manutenzione programmata. "Si tratta di una scelta che riduce in generale il costo complessivo della manutenzione lungo l'arco di vita della macchina. La manutenzione programmata può evitare rotture impreviste grazie ai controlli periodici che rilevano le usure oltre a contribuire a mantenere inalterata l'efficienza e la produttività della macchina".



Theo Bruno, general manager di **Warcom**, costruttore di macchine per la lavorazione della lamiera, nota come "l'assistenza al cliente, ma in senso più ampio la soddisfazione del cliente, è il punto principale e l'obiettivo di tutte le aziende che intendono dare quel qualcosa in più che può fare la differenza. In questo contesto, Warcom ha razionalizzato le proprie attività con la creazione nel 2010 di una società di servizi chiamata Warcom Engineering and Service, perché è indispensabile avere una realtà che si dedichi specificamente a queste attività".



"La nostra strategia di assistenza - spiega **Enrico Borghi**, responsabile Customer Services **AgieCharmilles** - fa del Customer Service uno degli elementi centrali che contribuiscono in maniera rilevante ad accrescere la qualità del gruppo. È articolato in tre macro-aree operative, Operations support, Machine support e Business support, con i servizi di supporto che mettono il cliente al centro per consentire un sistema di crescita e sviluppo reciproci. Il tutto finalizzato alla conoscenza e alla soddisfazione totale del cliente".



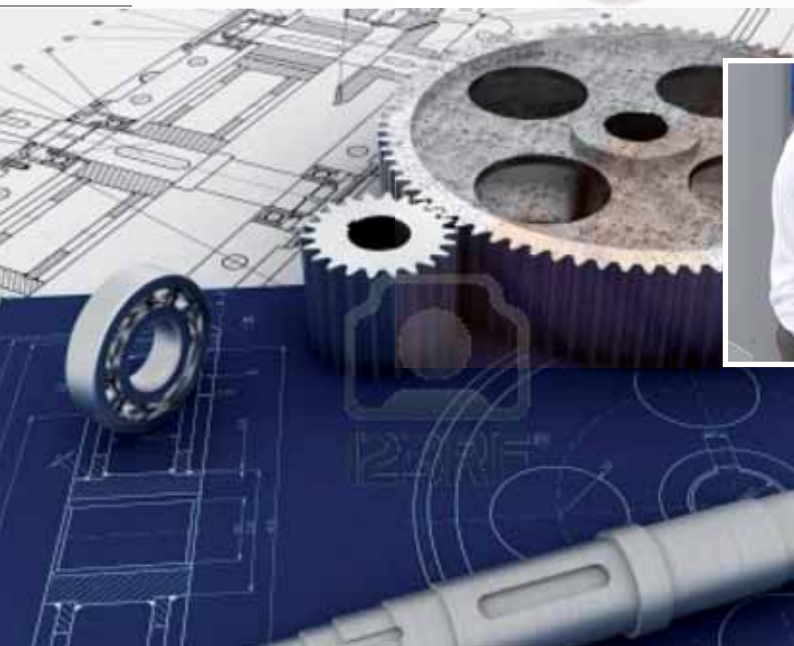
Il nostro obiettivo - dice **Patrick Colombo**, amministratore delegato di **Sacma** - è quello di dare un servizio migliore e fornire macchine che siano flessibili, in grado di ricevere gli aggiornamenti che permettano ai clienti di migliorare nel tempo le prestazioni. Operativamente significa mantenere le macchine efficienti con una manutenzione preventiva adeguata, suggerire la migliore gestione e gli interventi che consentono di migliorare la produttività del proprio impianto senza necessariamente doverlo cambiare completamente".

tivo sia sotto un maggiore controllo di funzionalità e di costo.

RMO ha raccolto a questo proposito le esperienze di costruttori e distributori.

La manutenzione programmata. "Per seguire meglio i nostri clienti, tre anni fa abbiamo creato un ramo d'azienda specifico destinato ai servizi di supporto e assistenza tecnica", dice Mauro Abrami, vice presidente di GMV Macchine Utensili, importatore e distributore di macchine utensili di Stezzano (BG). Uno degli aspetti più importanti è la proposta di cicli di manutenzione programmata. "Si tratta di una scelta che riduce in generale il costo complessivo della manutenzione lungo l'arco di vita della macchina - continua -. La manutenzione programmata può evitare rotture impre-

viste grazie ai controlli periodici che rilevano le usure oltre a contribuire a mantenere inalterata l'efficienza e la produttività della macchina". Dalle statistiche di GMV risulta che circa l'80% dei guasti deriva da una mancanza di attenzione per la manutenzione o perché non si sa utilizzare bene il macchinario. Ciononostante, non sempre questo aspetto viene tenuto nel giusto conto. "Le piccole aziende - nota Abrami - tendono a vedere queste procedure solo come un costo; nelle grandi aziende, invece, la richiesta è spesso esplicita. In questi ambiti prevale la logica della programmazione e la consapevolezza che è più opportuno ridurre le possibilità e l'impatto dei fermi macchina imprevisti". Oltre alla manutenzione programmata, il supporto si orienta anche verso la gestione delle macchine più completa,



sicura e produttiva. "È importante fornire corsi di istruzione, programmazione e gestione della macchina - spiega infatti Abrami - per permettere di sfruttarne completamente il potenziale, dato che si tratta di macchine che spesso hanno un grado di complessità elevato e potrebbero essere sottoutilizzate. Nel complesso, per la nostra società è anche un modo per pianificare meglio la necessaria assistenza post-vendita ed evitare che eventi concomitanti possano produrre ritardi".

Ottimizzare i tempi. Anche i costruttori stanno ripensando la propria organizzazione, come spiega Theo Bruno, general manager di Warcom, costruttore di macchine per la lavorazione della lamiera di Adro (BS): "L'assistenza al cliente, ma in senso più ampio la soddisfazione del cliente, è il riferimento di tutte le aziende che intendono dare quel qualcosa in più che può fare la differenza", spiega infatti Bruno. In questo contesto, Warcom ha razionalizzato le proprie attività con la costituzione nel 2010 di Warcom Engineering and Service, "per avere una realtà che si dedichi specificamente a queste attività - sottolinea -. La società, che impiega 18 persone, cura l'installazione delle macchine nuove e fornisce l'assistenza post-vendita garantendo un intervento presso il cliente nelle 24/48 ore". A volte si verificano

degli inconvenienti nelle fasi post installazione, quando sia la macchina che gli utilizzatori devono trovare un equilibrio di utilizzo. "Potrebbero essere benissimo definiti non-problemi - nota Theo Bruno - ma in effetti richiedono una presenza rapida e tempestività d'intervento, e comunque dopo la prima fase di assestamento le cose si sviluppano in modo più regolare". Warcom ha adottato una struttura di assistenza telefonica, nonché la possibilità di intervenire da remoto in teleassistenza. "L'obiettivo - conclude il general manager di Warcom - è naturalmente quello di razionalizzare il tempo, cercando di ottimizzare l'utilizzo di tutte le risorse disponibili in funzione di un'adeguata informazione, ricevuta nella fase di primo contatto, così da dislocare le risorse più idonee in riferimento alla problematica diagnosticata".

Un approccio articolato. Per la multinazionale svizzera GF AgieCharmilles il Customer Service è uno degli elementi che contribuiscono in maniera rilevante ad accrescere la qualità del gruppo. Articolato in tre macro-aree operative, Operations support, Machine support e Business support, i servizi di supporto mettono il cliente al centro. "La nostra strategia di assistenza parte dalla definizione dell'Operations support - spiega Enrico

CUSTOMER SERVICE
Excellent



Borghi, responsabile Customer Services AgieCharmilles -, che consiste in un'ampia gamma di consumabili certificati e di pezzi di usura originali, di disponibilità immediata, accessibili anche tramite il catalogo online". La divisione di Machine support si occupa invece del corretto funzionamento dell'impianto fornendo supporto tecnico e pezzi di ricambio originali. "Offriamo anche la possibilità di stipulare contratti di manutenzione preventiva - evidenza Borghi -. Accanto alla revisione della macchina e dei componenti vanno così ad aggiungersi ispezioni regolari, sostituzione dei pezzi di usura, calibrazioni dei generatori e controllo geometrico, mantenendo uno standard di produttività elevato e riducendo il tempo medio di indisponibilità della macchina del 70%". A queste due aree si accompagna il Business support, che offre soluzioni tecniche destinate ad aumentare il valore dell'investimento, con corsi e workshop di formazione, aggiornamenti, studi di fattibilità, prove di lavorazione e soluzioni di automazione che aumentano il valore dell'offerta commerciale. Infine, GF AgieCharmilles ha attivato da febbraio di quest'anno il nuovo servizio di assistenza telefonica post-vendita, "che rappresenta un'ulteriore conferma dell'attenzione posta nei confronti del cliente e delle sue esigenze", conclude Enrico Borghi.

Per crescere nel tempo. Sacma macchine per lamiera, l'azienda di Crosio Della Valle (VA) specializzata in linee di taglio per coils, ha intrapreso negli ultimi due anni una modernizzazione della gestione dei processi aziendali che porta la società varesina ancora più vicino alle esigenze dei clienti. "In questa prospettiva - dice Patrick Colombo, amministratore delegato di Sacma -, vogliamo che i nostri impianti siano strutturati per durare ancor di più ed essere sempre più efficienti nel tempo". Per garantire questa continuità operativa, Sacma sta ripensando anche il proprio servizio after-sales, in accordo con le nuove linee gestionali. "Siamo abituati a non avere grandi richieste di pezzi di ricambio - continua -, che rappresentano circa l'1% del fatturato, e non è il nostro obiettivo fare business su questo tipo di attività. Il nostro obiettivo è piuttosto quello di dare un servizio migliore, di manutenzione preventiva, e quindi fornire macchine che siano flessibili, in grado di ricevere gli aggiornamenti che permettano ai clienti di migliorare nel tempo le prestazioni, a mano a mano che ne sentono la necessità". Operativamente significa mantenere le macchine efficienti con una manutenzione preventiva adeguata, suggerire la migliore gestione per evitare delle interruzioni di lavoro inaspettate e suggerire gli interventi che consentono di migliorare la produttività del proprio impianto senza necessariamente doverlo cambiare completamente. "Stiamo quindi potenziando questa funzione di supporto, a cui dedicheremo un numero di contatto specifico e un sistema CRM più focalizzato sull'assistenza tecnica post-vendita ai clienti per dare un aiuto in modo ancor più puntuale di quanto abbiamo sempre fatto. La logica - conclude il CEO di Sacma - è quella di una vicinanza ai nostri clienti che rimanga costante nel tempo".