

ALLA FACCIA DELLA CRISI
FTS INVESTE A TUTTO
CAMPO NEI SERVIZI:
UN'OFFERTA CONCRETA,
CHE ABBIAMO
ANALIZZATO CON
L'AMMINISTRATORE
DELEGATO **GIORGIO MOFFA**,
CHE METTE AL CENTRO
MECCANICO E RICAMBISTA.

TOMMASO CARAVANI



GIORGIO MOFFA, AMMINISTRATORE DELEGATO FTS.

Turbo, trasmissione e termico: FTS è un partner mirato

“**N**on tanti ma ben gestiti”, oppure, “invece di giustificazioni, diamo soluzioni”, sono questi due dei motti di FTS per essere competitivi sul mercato. Due affermazioni dietro alle quali si nascondono soluzioni reali, che possono essere quantificate e calcolate. Non molte linee di prodotto, turbocompressori, termico e cambi, ma tutte a elevato valore aggiunto in termini di competenza, dove il fornitore deve essere in grado di trovare soluzioni per meccanici e ricambisti. Niente giustificazioni: una serie di investimenti stanziati all'inizio della crisi per migliorare il servizio e porsi come un partner affidabile dei propri clienti. Sono tante le novità targate FTS; abbiamo incontrato Giorgio Moffa, amministratore delegato dell'azienda, per farlo parla-

re non della sua realtà, ma di come si può approcciare il lavoro in maniera differente e di cosa può essere utile per meccanici e ricambisti.

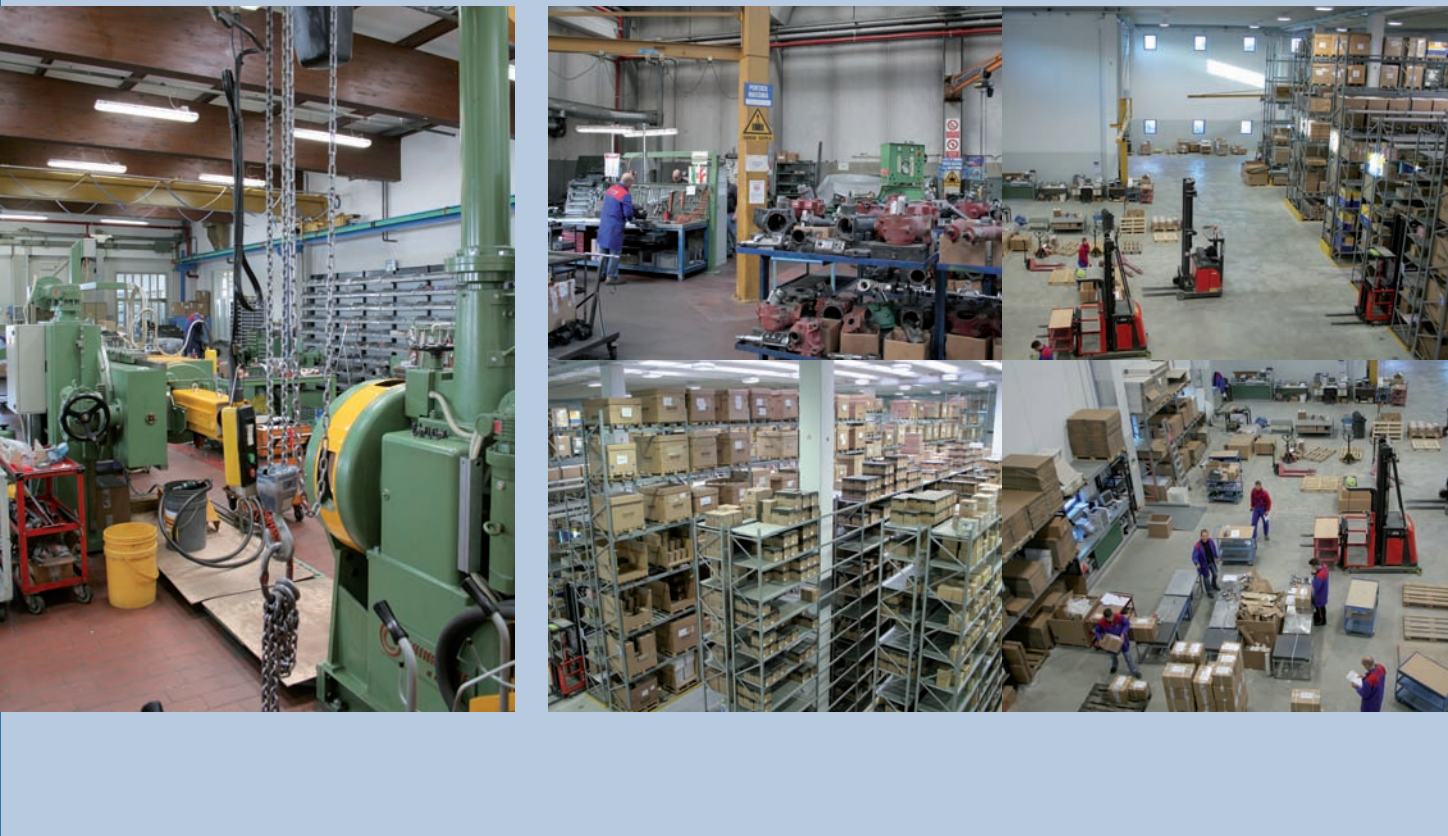
Voi siete una realtà specializzata in pochi prodotti; è una tendenza che dovrebbero seguire anche ricambisti e autoriparatori?

Le nostre scelte nascono da un'esigenza che arriva dal basso. Oggi i meccanici devono dare soluzioni agli automobilisti e la distribuzione deve supportare questa operazione. Noi ci siamo specializzati su poche linee di prodotto, ma sulle quali possiamo dare un concreto aiuto a tutta la filiera, che, invece, deve poter lavorare su qualsiasi componente. La nostra missione in questo senso non è semplice: per comprendere le esigenze dei riparatori abbiamo, da anni, un'officina inter-

na, dove studiamo le problematiche e, in caso di problemi insormontabili per gli autoriparatori, interveniamo direttamente. Il vantaggio di questo modo di operare è che siamo in grado di parlare la stessa “lingua” del meccanico e di fornire un vero servizio di assistenza su prodotti complessi come i turbocompressori o i cambi automatici, vere “bestie nere” per l'officina.

Parlando dei prodotti da voi offerti, come si può essere specializzati su nicchie così differenti?

Per garantire un alto livello di competenze ai nostri clienti abbiamo creato tre specifiche divisioni: turbo, termico e cambi. Ognuna di queste unità ha un proprio responsabile e un team dedicato; per il turbo la persona di riferimento è Mariangela Viglino, per il termico



Renato Currado e per il settore cambi Marco Biscia. Queste persone si occupano di gestire la propria divisione, perché, trattandosi di prodotti così diversi, anche l'approccio deve essere differente. Per fare un esempio, nel turbo il mercato tende sempre più verso la sostituzione dei prodotti e la richiesta degli operatori si sta spostando dalle operazioni di revisione alla consulenza sul corretto montaggio del componente.

Di contro, nel settore termico siamo più concentrati verso il mondo dei mezzi pesanti, che ha dinamiche completamente differenti da quelle del ricambio vettura. Il cambio automatico, infine, è un prodotto che sempre più spesso vale la pena riparare, cosa che facciamo internamente, a causa degli alti costi del nuovo; inoltre, per i cambi automatici, è fondamentale seguire i clienti nelle fasi di montaggio e di manutenzione, perché sono prodotti che richiedono un'alta professionalità.

I vostri sono tutti prodotti difficili da stoccare per i ricambisti, eppure gli automobilisti hanno esigenze sempre più stringenti sui tempi di riparazione; come si coniugano questi due aspetti?

Sicuramente con una logistica all'altezza della situazione. Negli ultimi anni, ad esempio, abbiamo assistito a una esplosione di codici per quanto concerne i turbocompressori, mentre per i cambi la necessità è quella di operare in tempi molto stretti con le riparazioni. Mentre tutti si concentrano esclusivamente sui tempi di consegna, cercando di accorciarli sempre più, noi abbiamo deciso di provare una strada differente e abbiamo puntato tutto sulla programmazione. Una parola ultimamente abusata, ma che noi vediamo in ottica di servizio.

Abbiamo infatti investito parecchie risorse, sia economiche sia di tempo, nello sviluppo di un sistema di CRM (*customer relationship management* n.d.r.) che ci permet-

te di stabilire i tassi di domanda di ogni cliente. In questo modo possiamo essere di aiuto ai nostri clienti anche nella loro gestione del magazzino, perché possiamo prevedere quella che sarà la loro richiesta.

Sempre in quest'ottica abbiamo inaugurato, alla fine del 2009, un nuovo magazzino di 2.800 metri quadri, razionalizzando al contempo le scorte in funzione della rotazione degli ordini.

Il risultato è stato stupefacente: da una parte abbiamo quasi azzerato le mancate consegne per mancanza di giacenza, al contempo abbiamo incrementato il numero delle spedizioni; oggi FTS spedisce circa 280 pacchi al giorno di cui 220 sono per singolo articolo.

Per dare qualche altro numero posso dire che evadiamo l'85% degli ordini in giornata, che, considerando che accettiamo ordini fino alle 18.30 di sera dal lunedì al sabato compresi, non è un risultato da sottovalutare.



In questi ultimi due anni il mercato ha vissuto un periodo non semplice; qual'è la ricetta per uscire dalla crisi?

Credo che non esista una soluzione unica, ma tanti tentativi che concorrono a questo risultato. Noi abbiamo deciso di reagire alla crisi investendo. Oltre al nuovo magazzino e allo sviluppo del CRM, infatti, abbiamo inaugurato un nuovo deposito a Roma per coprire il centro sud, che va ad affiancarsi a quelli di Torino e Cantù (CO); abbiamo aumentato la nostra forza vendita sul territorio, prendendo tutto personale altamente tecnico, spesso addirittura proveniente

dall'officina; abbiamo incrementato il programma corsi su turbocompressori e cambi (sia in sede sia presso il cliente); abbiamo realizzato un sito di e-commerce, che ha messo in condivisione tutti i vari depositi e consente oggi ai nostri clienti di tracciare perfettamente il proprio ordine e avere a disposizione un listino personalizzato; infine, abbiamo effettuato un *restyling* completo del nostro sito internet, che a breve sarà on-line con una grafica molto semplice e molte funzioni utili a chi lavora nel mondo della riparazione.

Si è trattato di un grosso sforzo in un periodo come questo, ma i risultati che stiamo ottenendo ci stanno dimostrando che come sempre, nei periodi difficili, chi investe viene ripagato. ■