LE NUOVE FRONTIERE DELLA LOGISTICA

MATRIMONIO TRA marketing retail e logistica

Una delle più recenti divisioni di MIT Safetrans offre servizi di logistica avanzata per il marketing retail: «Quello che facciamo - spiega Marco Crenna *(foto)* Managing Director - è la gestione logistica a 360 gradi di Samples ed LDU *(campioni)*, materiale POP (vale a dire insegne, strutture, grafiche, anti taccheggio, teche ed espositori) per conto del cliente». Dagli hub Regionali è possibile raggiungere qualunque località della Penisola entro due ore

Nicoletta Ferrini

Da anni si sente parlare di "ultimo miglio" come una delle sfide più importanti. Ma c'è qualcuno che sull'ultimo miglio ha costruito una iper - specializzazione fatta di interventi che vanno molto al di là del mero trasporto e della pura logistica

Da oltre 35 anni, la MIT Safetrans (quartier generale in quel di Carugate (Milano)) ha fatto della nicchia il suo territorio, dello "speciale" il suo normale, dell'eccezione la regola, della sofisticazione del servizio il suo "plus" in termini di valore aggiunto. «Quando ormai sei pasticcere e conosci le basi, non c'è limite alle ricette che puoi creare per soddisfare i palati sempre più esigenti dei clienti», dice Marco Crenna, Managing Director di MIT Safetrans, per raccontare come sia nata una delle più recenti divisioni dell'azienda, quella che offre servizi di logistica avanzata per il marketing retail.

Il concetto suona nuovo anche perché, in effetti, marketing e logistica hanno solitamente poche occasioni di parlarsi direttamente. In questo caso, invece, l'attività è tale da rendere necessario un lavoro quotidiano, gomito a gomito, in totali sinergia e sintonia proprio con i responsabili marketing dell'azienda cliente. «Quello che facciamo, per conto del cliente, con una divisione specifica ed un servizio pensato ad hoc, è la gestione logistica a 360 gradi di Samples ed LDU (campioni), materiale POP (vale a dire insegne, strutture, grafiche, anti taccheggio, teche ed espositori)», sintetizza Crenna.

11 Gli hub del network hi-tech di MIT Safetrans in Italia dedicati ai Servizi ad Alto Valore Aggiunto

Le frasi

MARCO CRENNA, Managing Director MIT Safetrans

"La nostra attività è legata a doppio filo con quella del marketing retail di Samsung, per cui è necessario che i prodotti campione siano nel posto giusto, al momento giusto ed esposti nel modo giusto»

«Non abbiamo semplici trasportatori capaci di svolgere anche delle attività operative, ma piuttosto tecnici specializzati cui abbiamo chiesto di ottenere la patente C per guidare i camion»

Il cuore del problema

In un mondo caratterizzato da un crescente affollamento in termini di offerta di prodotti, oltre che da un notevole "rumore" pubblicitario, il marketing aziendale cerca continuamente vie diverse per arrivare vicino al consumatore finale. La presenza nei punti vendita con aree espositive fortemente brandizzate (SIS-Shop-in-Shop) e la partecipazione ad eventi con il proprio marchio ed i propri prodotti sono le azioni chiave intorno cui i brand più importanti fanno oggi ruotare alcune delle proprie strategie cosiddette "below the line"[1]. Samsung, di questa strategia, è una delle aziende più avanzate a livello mondiale.

L'impresa sudcoreana vanta una gamma di articoli di elettronica molto ampia, che spazia dalla più avanzata tecnologia Brown smart (TV, smartphone, tablet) agli elettrodomestici White. Per "alzare la voce" in un settore particolarmente competitivo, qual è oggi quello dell'elettronica di largo consumo, Samsung sviluppa una complessa strategia di avvicinamento al consumatore che comprende anche l'utilizzo di "sample" in specifici contesti espositivi all'interno di punti vendita della grande distribuzione retail, ma anche di hotel, banche, locali e discoteche. Per via della delicatezza del compito che sono chiamati a svolgere - contribuire al lancio di una novità o promuovere un'intera gamma di prodotti contribuendo a sottolineare l'identità specifica del marchio - tutti i "sample" di Samsung richiedono un trattamento logistico molto particolare: sono infatti necessari una tracciabilità totale ed un elevato livello di servizio e di "security" in un contesto estremamente stressato per complessità, tempi e modi. «La nostra attività è legata a doppio filo con quella del marketing retail di Samsung, per cui è necessario che i prodotti campione siano nel posto giusto, al momento giusto ed esposti nel modo giusto», spiega

(1) Termine che in pubblicità e marketing indica tutte le attività di comunicazione al cliente finale che non si avvalgono di mezzi classici ma sfruttano promozioni, eventi ecc.

Marco Crenna (a destra) con Marco Sessa, Hi-Tech Key-account del settore Marketing di MITSafetrans. Per Sessa "«Abbiamo sviluppato un software che permette da remoto alla struttura centrale di Samsung e a quella sul field di gestire direttamente il materiale necessario per i diversi punti vendita»

Marco Crenna.

Le attività aggiuntive

MIT Safetrans non si limita quindi semplicemente a ricevere, stoccare e distribuire i "sample", che arrivano direttamente dalla sede centrale in Sud Corea. «Secondo quella che è la nostra vocazione aziendale, completiamo il servizio logistico più tradizionale con una serie di attività aggiuntive, molto specifiche e ad alto valore aggiunto, per offrire una soluzione chiavi in mano che solleva il cliente da ogni pensiero», spiega Crenna.
L'attività specifica per Samsung comprende una gestione davvero completa, pianificata in Team con la Direzione Logistica di Samsung, focalizza il controllo dei costi di servizio oltre che dall'inventario in tempo reale con tanto di immagini on-line sullo stato di usura dei samples. «Abbiamo sviluppato un software che permette da remoto alla struttura centrale di Samsung e a quella sul field (i promoter aziendali) di gestire direttamente, secondo i parametri concessi dal loro budget, il materiale necessario per i diversi punti vendita di loro competenza», spiega Marco Sessa, Hi-Tech Key-account del settore Marketing di MITSafetrans. Il portale – cui hanno accesso 120 utenti accreditati, tra cui i 98 agenti SMA di Samsung -, consente non solo banalmente l'ordine ed il riordino del materiale, ma anche la sua totale tracciatura lungo tutto il processo, dal momento che viene affidato a MIT Safetrans per essere stoccato fino a quando rientra in magazzino dopo l'utilizzo. Il cliente dispone di una visione in tempo reale e sempre aggiornata dello stato dei singoli "sample" (foto webline), delle operazioni concluse, in essere e in progetto, nonché può realizzare autonomamente stime di trasporto da mettere in relazione al budget e molto altro ancora.

Il record

Tra le performance registrate nel corso della nuova attività di servizio al marketing Retail, MIT Safetrans annovera la capacità, reiterata, di rifornire e allestire centinaia di punti vendita sull'intero territorio nazionale in pochi giorni dall'ordine del cliente.

La presenza nei punti vendita con aree espositive fortemente brandizzate e la partecipazione ad eventi con il proprio marchio ed i propri prodotti sono le azioni chiave intorno ai quali i brand più importanti fanno ruotare alcune delle proprie strategie

Là dove batte il cuore

Cuore dell'attività MITSafetrans Marketing & Retail è il magazzino di Peschiera Borromeo (Milano): 10.000 metri quadri complessivi, di cui circa metà sono a disposizione delle attività per il marketing retail. Nell'impianto, oltre ad un'ampia area di stoccaggio per "sample" e POP, è presente un caveau dove possono essere conservati articoli particolarmente preziosi, quali prototipi o anteprime. Nel magazzino è stata inoltre allestita un'area test dove poter effettuare pre-installazioni, configurazioni, kittaggi oltre a tutti i controlli che, al rientro del materiale, servono a determinare l'eventuale degrado del "sample", individuando possibili necessità di ricondizionamento o smaltimento. «Questa fase dell'attività, come ogni altra, è completamente tracciata. In questo modo è possibile tenere sotto stretto controllo gli stock, anche dal punto di vista degli eventuali componenti soggetti a obsolescenza veloce. Il marketing del cliente, d'altro canto, riceve tempestivamente aggiornamenti sullo stato del "sample" alla fine di ogni periodo di installazione», spiega Sessa.
Un servizio fondamentale e davvero da specialista da "ultimo miglio" è quello che comprende montaggio ed allestimento completo (e successivamente disallestimento e smontaggio) di shop display, Shop-in-Shop, brand corner, dispositivi antitaccheggio, apparecchiature demo, totem, flagship e tutto quanto contribuisce all'esposizione del brand e del prodotto direttamente all'interno del punto vendita o comunque della location identificata per l'attività di marketing.
Anche per questo - come per gli altri settori in cui MIT Safetrans opera

RITE-HITE
ALWAYS LOOKING AHEAD

COMPLETA SIGILLATURA DEL CAMION
superiore • laterale • negli angoli

TETTOIA INTEGRATA
impedisce l'ingresso dell'acqua depositata sul camion in magazzino

www.ritehite.com

Per maggiori informazioni contattare:
T. +39 02 36714370-71 | E. info@ritehite.it

RITE-HITE Italia S.r.l.
Via Cavour, 2
22074 Lomazzo (CO), ITALIA

«Secondo quella che è la nostra vocazione aziendale, completiamo il servizio logistico più tradizionale con una serie di attività aggiuntive, molto specifiche e ad alto valore aggiunto, per offrire una soluzione chiavi in mano», spiega Crenna

da tempo – è previsto un preliminare sopralluogo tecnico, utile anche a stabilire l'esatto fabbisogno in termini di risorse umane e materiali per l'installazione. «Non abbiamo semplici trasportatori capaci di svolgere anche attività operative, ma piuttosto tecnici specializzati a cui abbiamo chiesto di ottenere la patente C per guidare i camion, integrando la funzione di autisti a quella principale di montatori specializzati. Ricerchiamo continuamente, all'interno dell'azienda oltre che all'esterno, persone con le competenze e l'attitudine giuste per ogni nuova esigenza che si viene a creare», spiega Crenna. Una consegna può richiedere competenze anche molto specifiche che possono spaziare da conoscenze in ambito elettrico ed elettronico, di montaggio ed installazione (anche complesso vedi installazioni di apparecchiature Medicali) fino a Know-how specifico in mercati diversi (Banking, Vending, Automotive, Office, ecc.)

> “Una tracciabilità totale ed un elevato livello di servizio”

L'audit preliminare

La fase di audit preliminare è poi fondamentale anche al fine di identificare preventivamente potenziali aree di rischio. In questo ambito più che mai, infatti, ritardare una consegna o trovarsi nell'impossibilità di completare il montaggio di un SIS può voler dire ritardare il lancio di un nuovo prodotto all'interno di un punto vendita, che magari raccoglie un bacino di utenza di migliaia di potenziali consumatori, oppure mancare clamorosamente una promozione connessa ad un evento specifico. La sensibilità del cliente verso questo particolare aspetto è elevatissima, per cui bisogna fare centro al primo colpo, anche quando il compito è davvero arduo: «può capitare che una certa installazione debba avvenire in 1.200 punti vendita sparsi sull'intero territorio nazionale entro quattro giorni lavorativi", spiega il Managing Director di MIT Safetrans.

Ci vogliono 4 operatori ed 1 giorno lavorativo per completare l'installazione di un singolo "shop in shop": «È molto spesso una corsa contro il tempo, cui non potremmo sperare nemmeno di poter partecipare senza un network di risorse specializzate e senza una presenza capillare sul territorio». Il network Hi-Tech di MIT Safetrans comprende 11 punti in tutt'Italia distribuiti in maniera tale per cui qualsiasi luogo sia raggiungibile da uno di questi in circa due ore. In questo modo, MIT Safetrans riesce non solo a rispondere alle esigenze talvolta a preavviso zero del cliente, ma anche a garantire un tempestivo servizio di assistenza e manutenzione rispetto a quanto installato. Avere tecnici pronti ad intervenire nelle 11 sedi è una leva competitiva tra le più importanti, offerta unica oggi in Italia.

«Abbiamo iniziato questa attività con Samsung circa due anni fa - ricorda Crenna -. Il cliente aveva bisogno di un partner logistico che riuscisse ad assecondare le speciali esigenze del marketing retail, ma all'interno di un chiaro controllo e supervisione della Direzione Logistica di Samsung; un partner che lo seguisse ovunque, anche con preavvisi minimi, secondo quelle che possono essere le logiche di occasione intraviste dal reparto per ottenere un lancio efficace dei prodotti. La razionalizzazione del progetto ha portato a sostituire tre precedenti fornitori Samsung. La riduzione della dispersione ha reso ancora più efficienti le attività ed è questo che rende ancora più competitiva la nostra soluzione con evidenti vantaggi di savings per il cliente».

Conclusioni

MIT Safetrans ha scelto, con Samsung, di investire in un progetto "pilota". Quest'ultimo è poi diventato un nuovo servizio. La nuova ricetta per il marketing retail ha già convinto altri marchi tra cui Hisense, Haier e Vodafone (quest'ultimo servito indirettamente tramite un distributore). «È un servizio in fase di sviluppo per MITSafetrans, che può interessare qualunque grande azienda interessata ad attività di marketing retail, a prescindere dal settore - spiega il Managing Director -. Una volta imparate a fondo le complesse basi della pasticceria, queste si possono poi declinare nelle più ricercate prelibatezze». ■

Carta d'identità

- **MIT Safetrans nasce nel 1983 per iniziativa di tre manager esperti nei comparti HI-Tech e trasporto merci ADR ed un quarto proveniente dal mondo dei trasporti, Emilio Mondelli, una personalità nel mondo dei trasporti italiano viste le diverse aziende fondate e sviluppate. L´azienda da subito si focalizza su una tipologia di logistica estremamente sofisticata, facendo quindi leva su servizi specialistici e ad alto valore aggiunto per nicchie di settore caratterizzate da notevole specificità ed elevata complessità operativa.**
  MIT Safetrans e la controllate MIT Radiopharma (logistica e trasporto merci pericolose) sono da Ottobre parte del Gruppo DHL Supply Chain Italia, attenta ed attiva a posizionarsi mediante acquisizioni mirate di leader in Servizi ad Alto Valore Aggiunto come MIT lo è nei propri settori. MIT Safetrans è inoltre tra i soci fondatori di TENESO Europe, network europeo di operatori specializzati nell'hi tech. Il gruppo, in crescita esponenziale nell´ultimo decennio, è presente in Italia con 27 depositi e vanta circa 500 collaboratori tra dipendenti ed indotto. Tra i principali settori coperti Healthcare, Laboratorio, Banking, Gra_ca/ Office/ IT, Vending & Cooling, Energia & Telco, Gambling, Fitness & Wellness, Industrial & Professional. Nel 2015, MIT Safetrans ha raggiunto un fatturato di 50 milioni di euro.
  Il sito di riferimento dell'impresa è www.mitsafetrans.it.

Fonte integrale: MIT Safetrans

MIT Safetrans e la controllata MIT Radiopharma sono da Ottobre parte del Gruppo DHL Supply Chain Italia, attiva a posizionarsi mediante acquisizioni mirate di leader in Servizi ad Alto Valore Aggiunto come lo è MIT nei propri settori

L'area test dove è possibile effettuare pre-installazioni, configurazioni, kittaggi oltre a tutti i controlli che servono a determinare l'eventuale degrado del "sample". Tutte le attività sono completamente tracciate

Particolare del magazzino MIT Safetrans a Peschiera Borromeo (MI): 10.000 metri quadri complessivi, di cui circa metà sono a disposizione delle attività per il marketing retail. Nell'impianto è presente anche un caveau dove possono essere conservati articoli particolarmente preziosi