

Il partner giusto per l'e-business

Pompe Garbarino: con Frontstep un CRM da esportazione



Piattaforme petrolifere, navi militari e mercantili, industrie dei più diversi settori (dal petrolchimico all'alimentare) si avvalgono in tutto il mondo delle pompe Garbarino. Fondata nel 1932, la **Pompe GARBARINO S.p.A.** inizia la propria attività con la produzione di pompe a pistone e centrifughe, concentrandosi a partire dal dopoguerra principalmente sui settori navale e petrolchimico. Oggi, l'azienda si colloca ai vertici della produzione di pompe centrifughe e volumetriche. Quartier generale e impianto produttivo ad Acqui Terme, uffici a Milano (focalizzato sul settore industriale) e Singapore, agenti commerciali in ogni parte del mondo, Garbarino, che conta circa 110 dipendenti, ha realizzato nel 2000-2001 un fatturato di 19 milioni di euro. Il mercato navale rappresenta circa l'80% del giro d'affari totale che è generato per il 70%. Tra i clienti, figurano nomi prestigiosi come: la U.S. Navy, Fincantieri, Hyundai, Mitsubishi, Costa Crociere, Disney Cruise, Agip, Enel, Elf, Fiat Avio, ABB; Ansaldo.

Le pompe Garbarino, realizzate in varie metallurgie a seconda delle specifiche esigenze, garantiscono una qualità costante durante tutto il ciclo produttivo e verificata da controlli intermedi ad ogni fase lavorativa. Prove non distruttive, eseguite da personale qualificato secondo le norme **ASNT**, rilevano e certificano le prestazioni e la qualificazione di ogni singola unità prodotta. Grande affidabilità, minima manutenzione, facilità di intervento, caratterizzano le pompe Garbarino, destinate tra l'altro ad impianti antincendio, depurazione acque, condizionamento e impianti per industrie alimentari.

Puntare sul cliente

La scelta strategica di non puntare sulla grande produzione di serie consente a Garbarino – certificata **ISO 9001**, **ABS Quality Evaluation** e **NATO AQAP-120** - di conservare un profilo più "umano", a favore di una maggiore elasticità produttiva che lascia ampio spazio alla ricerca tecnologica ed alla specializzazione. Oltre a un'attenzione speciale ai rapporti con i clienti.

"Il settore in cui operiamo, abbastanza consolidato tecnologicamente e con prodotti che in una certa misura possiamo definire ormai standard, rende la conoscenza dei mercati, la qualità del servizio al cliente e la capacità di soddisfarne tempestivamente le esigenze, un fattore competitivo prioritario. I clienti sono il nostro patrimonio principale e la leva su cui puntare principalmente per vincere la sfida con la concorrenza", spiega l'Ing. Linda Garbarino, (**Sales & Marketing Director**).

Come nella stragrande maggioranza delle aziende di questo settore, ma in linea con una realtà ancora abbastanza diffusa nelle aziende italiane soprattutto medio piccole, tutta l'area commerciale di Garbarino non era informatizzata, bensì lasciata alla gestione e all'iniziativa (in gran parte individuale) dei singoli venditori.

Circa due anni fa, "ci siamo resi conto, anche guardando alla realtà di paesi all'avanguardia da questo punto di vista, che per organizzare al meglio la nostra attività commerciale e offrire il servizio più completo e puntuale ai clienti, non avremmo potuto prescindere da un sistema di Customer Relationship Management (CRM)". Un sistema di questo tipo avrebbe permesso di acquisire e mettere a disposizione dei venditori e di tutti gli addetti alla funzione commerciale informazioni chiare e "intelligenti" sui differenti mercati, i clienti e i prospect, rendendo possibile effettuare analisi per area geografica, linea di prodotto o mercati verticali, nonché elaborare statistiche e seguire l'evoluzione dei singoli rapporti commerciali in tutte le fasi principali, dal primo contatto alla consegna del prodotto fino all'assistenza post-vendita.

Ovunque nel mondo: CRM via web

Prioritaria è subito apparsa anche l'esigenza di garantire l'accesso al sistema CRM e a tutti i dati rilevanti da qualsiasi luogo, attraverso una connessione Internet e un browser Web standard. Fattore che tra gli altri ha orientato la scelta sui pochi pacchetti che si sono giocati la selezione finale dalla quale è uscita vincitrice Frontstep Italia.

La valutazione dei pacchetti sul mercato è stata ampia ("abbiamo preso in considerazione tutti i pacchetti con sufficienti referenze, dal più noto in giù") attenta ed estremamente dettagliata. La scelta è caduta su Frontstep CRM perché, oltre a essere del tutto convincente sul piano tecnologico e completo nelle sue funzionalità, si distingueva in modo netto per l'estrema semplicità d'uso, cosa inusuale vista la relativa "gioventù" di questi prodotti. "User-friendly è un termine spesso abusato in ambito informatico, ma del tutto pertinente in questo caso. Il sistema è stato implementato molto rapidamente e ha richiesto un numero limitato di personalizzazioni, oltretutto molto semplici e veloci da definire e introdurre. Personalizzazioni dovute sostanzialmente al fatto che il prodotto, pur funzionale alla realtà di un'impresa di medie dimensioni, nasce,

come tutti i CRM, con un'impronta conforme alle esigenze del settore dei prodotti di largo consumo, dove fino a ora il CRM è stato utilizzato con ottimi risultati", prosegue Garbarino.



Statistiche, analisi, tracking delle offerte...

Il sistema CRM di Frontstep è operativo presso Garbarino da circa tre mesi: sono stati caricati i dati, definite le esigenze operative, introdotte le modifiche organizzative richieste e apparse opportune (definizione dei ruoli e dei territori ecc.). Il sistema è già stato ampiamente usato per analisi statistiche sulle vendite e per il follow up delle offerte inviate a clienti o prospect. Tutte le persone coinvolte nella funzione commerciale e chiamate a servirsi del CRM, lo hanno accolto molto bene, apprezzandone la semplicità e i vantaggi concreti che offre, a conferma di quella sua caratteristica di prodotto realmente "user-friendly" già emersa in sede di valutazione.

Un sistema coerente e integrato, dal CRM...

Il progetto Frontstep in Garbarino, partito per rispondere a un'esigenza precisa – adottare un sistema Crm per razionalizzare tutte le attività commerciali – si è arricchito successivamente di altri elementi, funzionali al compiuto raggiungimento di quell'obiettivo. Un'immagine esatta, esauriente e utile della clientela e del mercato può essere costruita solo in un contesto integrato e complessivo che includa anche i dati provenienti dalle altre funzioni aziendali: la produzione, l'amministrazione, la gestione delle scorte, i rapporti con i fornitori ecc. "Quindi, pur disponendo già di strumenti informatici in queste aree, abbiamo valutato l'opportunità di ricorrere al sistema ERP (Enterprise Resource Planning) di Frontstep che, analizzato scrupolosamente, si è rivelato molto adatto alle nostre esigenze, avanzato sul piano tecnologico, nonché altrettanto user-friendly della soluzione CRM", aggiunge Linda Garbarino. "Nonostante la tendenza alla specializzazione delle soluzioni informatiche, abbiamo preferito completare il sistema CRM (comunque sufficientemente aperto per operare con soluzioni di altri vendor) con le altre soluzioni Frontstep per poter contare su un'infrastruttura veramente completa e assolutamente integrata, capace tra l'altro di evolvere in funzione delle nostre esigenze, anche con l'aggiunta in futuro di nuovi moduli che si rendessero necessari".

...all'Erp

Pompe Garbarino ha implementato la soluzione ERP della suite SyteLine di Frontstep (studiata per le imprese manifatturiere con sistema produttivo su commessa o ibrido come è appunto Garbarino), cui sono stati aggiunti SyteLine Configurator (per la più ampia e flessibile configurazione prodotto) e SyteLine Business Intelligence, strumento basato su tecnologia Cognos, essenziale in una prospettiva di analisi dei dati commerciali e di profilazione della clientela. Un'altra componente acquistata da Pompe Garbarino è SyteLine APS (Advanced Planning & Scheduling), soluzione di pianificazione e scheduling a capacità finita delle operazioni di produzione che permette di pianificare in un'unica "passata" gli ordini di vendita (in meno di un minuto!), attraverso la sincronizzazione delle richieste di fabbricazione e la gestione dei materiali e delle risorse, controllando l'intera supply chain.

"Nel suo complesso, il sistema Frontstep su cui abbiamo puntato si è rivelato completo e flessibile, in linea con la struttura e l'impostazione che abbiamo dato alla nostra azienda. Tra l'altro la fase di implementazione anche dei nuovi sistemi si è svolta senza problemi particolari. Si sono resi necessari pochi interventi di adattamento alle nostre esigenze organizzative e operative, in quanto, per come è impostato, il sistema è già sostanzialmente in grado di rispondervi" conclude Linda Garbarino.



Frontstep Inc.

Frontstep è una società leader nei software per il Mid Market Manifatturiero. Con più di 20 anni di esperienza, Frontstep aiuta le aziende a creare ed implementare soluzioni - includendo Extended ERP, CRM e Supply Chain management - che semplificano i processi e le operazioni di Business. Con queste pratiche ed innovative soluzioni, le Aziende possono rispondere meglio ed in maniera più rapida alle richieste dei Clienti, in termini di qualità dei prodotti e dei servizi.

Frontstep, formerly Symix, is headquartered in Columbus, Ohio and has more than 4.400 customer sites and 28 Offices worldwide. For more information visit www.frontstep.com.

eFactory

eFactory è Master Reseller per l'Italia delle soluzioni di eBusiness di Frontstep. Opera in sinergia con Frontstep Italia per le soluzioni di Extended ERP. eFactory porta l'Azienda verso soluzioni collaborative come il CRM su web, affiancandole nella scelta delle tecnologie, delle piattaforme, progettando la soluzione step by step e formando gli utenti non solo sulla piattaforma ma anche sui nuovi metodi di lavoro. eFactory è una virtual company di Informex, leader nella formazione

www.efactory.informex.it
www.informex.it

eFactory - Divisione di Informex S.r.l.-
Via Larga, 13 - 20122 Milano (Italy)
Tel.: 02 582983.1 - Fax: 02 58298320