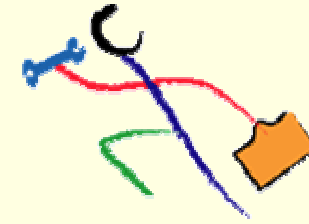


ASAP Project

After Sales Advanced Planning

Obiettivi e Linee Guida del Progetto

Il progetto ASAP



Nuovi modelli logistici ed organizzativi per la gestione integrata del servizio post-vendita dei beni durevoli

**PROGRAMMA DI RICERCA SCIENTIFICA DI
RILEVANTE INTERESSE NAZIONALE**

Finanziato da



I partner universitari

- Università di Bergamo (coordinatore nazionale)
- Università Commerciale Luigi Bocconi
- Università di Brescia
- Università di Firenze
- Politecnico di Milano
- Università di Roma Tor Vergata

Le motivazioni del progetto

- Ruolo strategico del servizio post-vendita
- Crescente peso della componente intangibile nel valore percepito di un prodotto
- Assenza di studi sistematici sul processo post-vendita
- Opportunità tecnologiche
- Formazione di un centro di competenze e un osservatorio

Servizio post-vendita: definizione

Insieme di servizi mediante i quali il produttore mira a garantire il cliente sull'affidabilità e sulla disponibilità dei propri prodotti.

Le attività dell'assistenza tecnica si possono distinguere fondamentalmente in:

- **attività antecedenti la consegna del prodotto** – attività di consulenza e/o servizio chiavi in mano di progettazione, preparazione e realizzazione dell'ubicazione in cui installare il prodotto
- **attività successive alla consegna del prodotto** – attività di manutenzione e di risoluzione di problemi connessi all'utilizzo del prodotto

Il ruolo strategico del servizio post-vendita

- **Customer satisfaction** - Fornire al cliente finale un pacchetto completo di servizi di supporto, nella logica di prodotto/servizio collegato.
- **Customer retention** - Mantenere un'interazione tra gli attori della filiera logistico-produttiva ed il cliente finale anche dopo l'acquisto, aprendo la strada ad azioni di fidelizzazione della clientela
- **Continuous improvement** - possibilità di ricevere informazioni chiave sul grado di affidabilità del prodotto secondo le indicazioni di intervento di assistenza dei centri post-vendita e sulla qualità percepita dal cliente finale

Valore aggiunto del progetto di ricerca

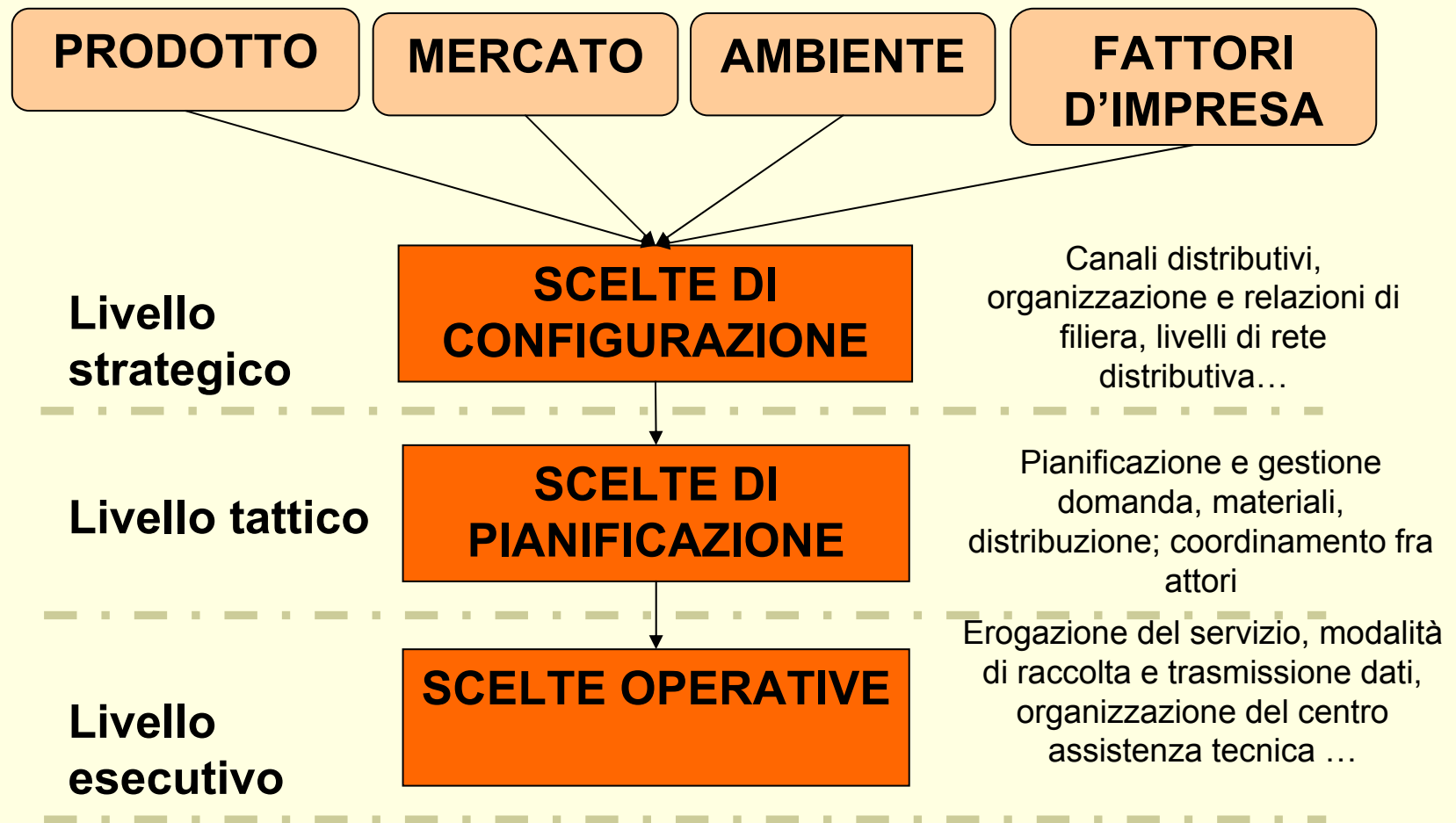
La ricerca si propone di realizzare uno studio parallelo, condotto in **differenti settori industriali**, sfruttando un ampio spettro di competenze multidisciplinari per giungere all'individuazione di modelli innovativi, aventi sia **natura strategica** (organizzazione strategica dell'apparato post-vendita) che **operativa** (funzionalità dell'apparato), per la gestione e la progettazione di tutti i componenti del servizio post-vendita, realisticamente implementabili grazie allo sviluppo delle moderne **tecnologie informatiche internet-based**.

Aspetto logistico-organizzativo

Il progetto mira ad analizzare il processo di assistenza post-vendita integrando i diversi aspetti:

- Logistico - Organizzativo
- Informativo
- Tecnico-progettuale
- Costi e performance economiche
- Knowledge management

Aspetto logistico-organizzativo



Livello strategico

SCELTE DI CONFIGURAZIONE

**Mancano attualmente
modelli concettuali
sulla configurazione del
servizio post-vendita**

- Livelli / canali della rete di assistenza
- Proprietà / controllo della rete di assistenza
- Caratteristiche del servizio
- Aspetti contrattuali rispetto all'utente finale
- Legami contrattuali fra gli attori della filiera
- Localizzazione delle scorte
- ...

Livello tattico

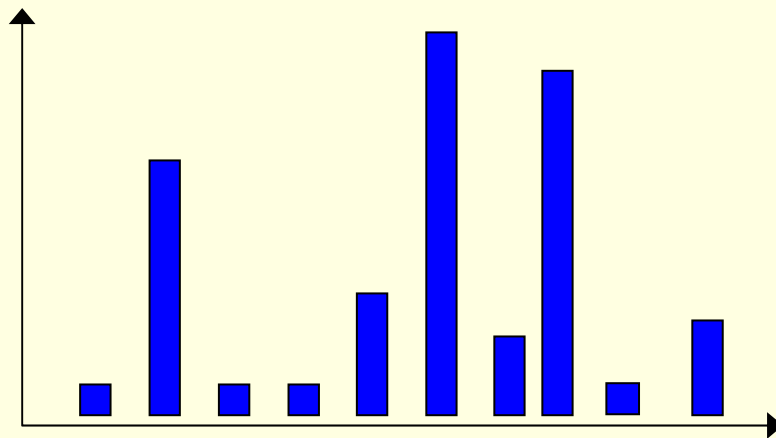
- Previsione e gestione della domanda
- Pianificazione dei materiali
- Pianificazione della distribuzione
- Coordinamento fra gli attori

Vi è notevole spazio per l'approfondimento di questi temi:

- **nelle specificità del servizio post-vendita**
- **in ottica di filiera**

Previsione e gestione della domanda

- La domanda di parti di ricambio è di tipo LUMPY



Come ridurre l'incertezza?

- INTEVENIRE SUI PROCESSI
 - tempi di attraversamento della filiera
 - varietà dei materiali
- PREVEDERE LA DOMANDA:
 - Tecniche basate sui dati storici
 - Tecniche basate sulla conoscenza del processo di generazione della domanda

Livello operativo

A livello operativo entrano in gioco tutte quelle attività che costituiscono l'erogazione del servizio:

- Esecuzione dell'intervento
- Documentazione associata
- Tipo di supporto: on-site, off-site, indiretto, remoto
- ...

Questi temi possono essere affrontati in ottica di identificazione di best practice e di analisi dei benefici della tecnologia / sistemi informativi

Aspetto informativo

Il progetto mira ad analizzare il processo di assistenza post-vendita integrando i diversi aspetti:

- Logistico - Organizzativo
- Informativo
- Tecnico-progettuale
- Costi e performance economiche
- Knowledge management

Aspetto informativo

Lo sviluppo dei moderni **sistemi internet** costituisce una sicura base di partenza per implementare degli ambienti a supporto delle problematiche gestionali ed organizzative del servizio post-vendita.

Vi è la necessità di una **piattaforma tecnologica** per garantire un efficiente servizio al cliente e adattabilità alle frequenti e molteplici evoluzioni tecnologiche ed al supporto di nuovi processi operativi e decisionali.

Aspetto tecnico-progettuale

Il progetto mira ad analizzare il processo di assistenza post-vendita integrando i diversi aspetti:

- Logistico - Organizzativo
- Informativo
- Tecnico-progettuale
- Costi e performance economiche
- Knowledge management

Aspetto tecnico-progettuale

La connessione che il servizio post-vendita garantisce tra l'azienda produttrice e il cliente finale permette di creare un **sistema di raccolta di dati tecnici utili alla progettazione ed alla industrializzazione del prodotto.**

Ad esempio, eventuali suggerimenti circa l'ergonomicità dei prodotti, le dimensioni e gli ingombri, ma anche sulle funzionalità, possono essere percepiti attraverso la struttura post-vendita a contatto con i clienti, e quindi comunicati ai progettisti e designer per le future realizzazioni.

Affidabilità



marketing



design



engineering



manufacturing



distribution



installation



sales

■ RBD

- componenti del sistema
- interazione affidabilistica
- ratei di guasti

■ FMECA di prodotto

- modi di guasto
- relative conseguenze

Affidabilità e post-vendita



marketing



design



engineering



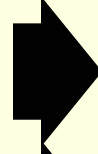
manufacturing



distribution



installation



sales



■ **FMECA di processo**

- problemi di *manufacturing*
- danneggiamenti durante distribuzione e vendita
- disservizi e ritardi nel servizio di assistenza

Ritorni informativi del post-vendita



marketing



design



engineering



manufacturing



distribution



installation

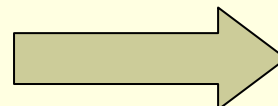


sales



- **correggere la stima dei valori di affidabilità**
- **portare a conoscenza di nuovi guasti**
- **riprogettare i particolari deboli**

After-sales / customer-service



customer

Aspetto costi e performance economiche

Il progetto mira ad analizzare il processo di assistenza post-vendita integrando i diversi aspetti:

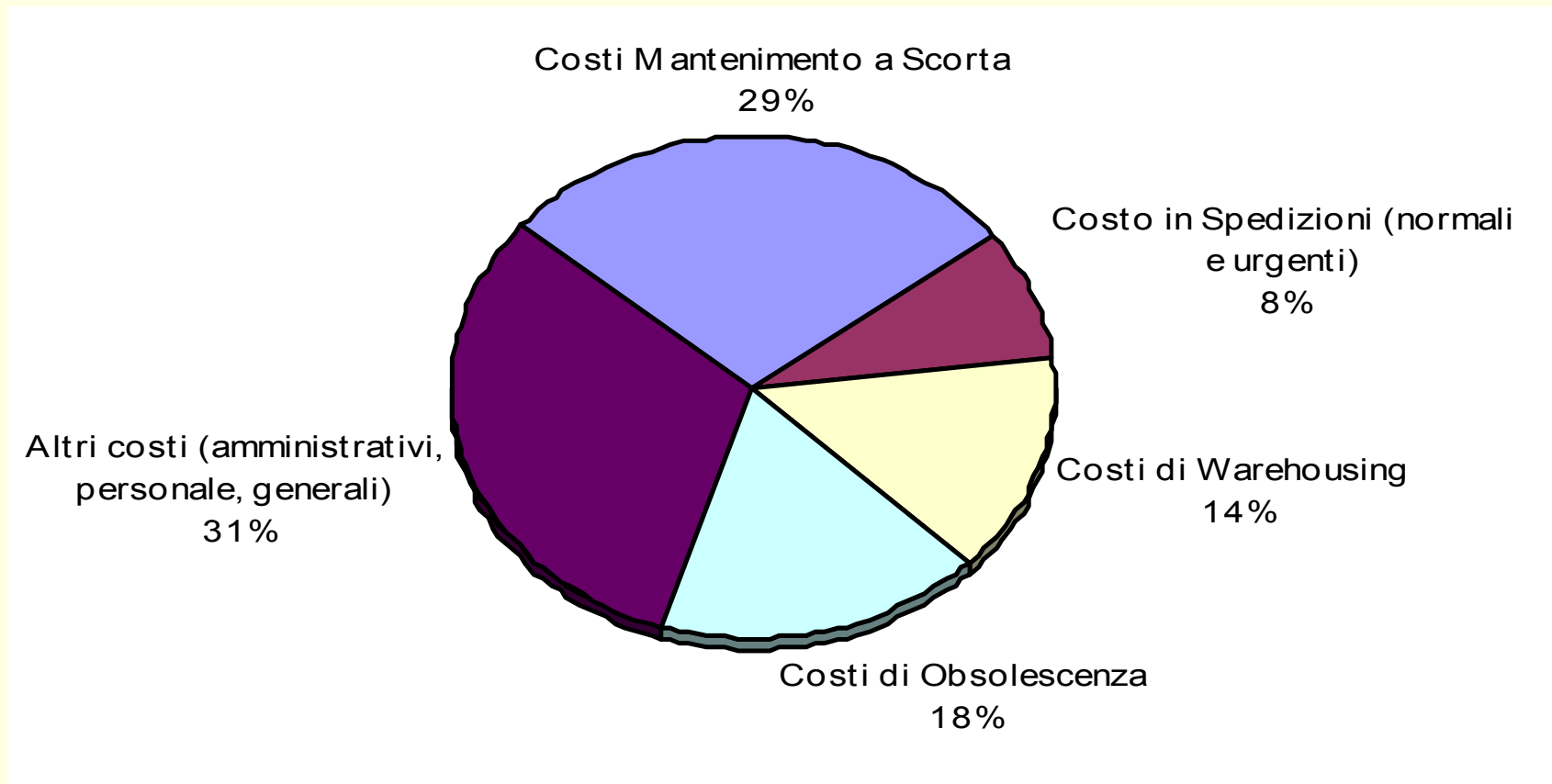
- Logistico - Organizzativo
- Informativo
- Tecnico-progettuale
- Costi e performance economiche
- Knowledge management

Aspetto costi e performance economiche

Occorre segnalare il ruolo che assumerà **l'analisi di natura economica** (strutture di costo) lungo l'intero arco della ricerca, attraverso la quale sarà possibile:

- **misurare le performance** dei servizi post-vendita, in termini di costi, tempi e qualità;
- **misurare le prestazioni ottenibili** con i nuovi modelli, organizzativi e logistici, proposti come risolutivi delle inefficienze riscontrate in fase di analisi delle situazioni attuali

Un esempio: struttura dei costi post-vendita settore computer industry



Aspetto Knowledge Management

Il progetto mira ad analizzare il processo di assistenza post-vendita integrando i diversi aspetti:

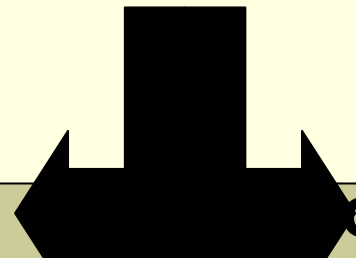
- Logistico - Organizzativo
- Informativo
- Tecnico-progettuale
- Costi e performance economiche
- Knowledge management

Knowledge management e post-vendita

After-sales / customer-service



KNOWLEDGE MANAGEMENT



Customer knowledge

**Informazione
sistematica sul cliente**

**Customer knowledge
competence**

**Informazione sul
cliente integrata
attraverso la struttura
aziendale**



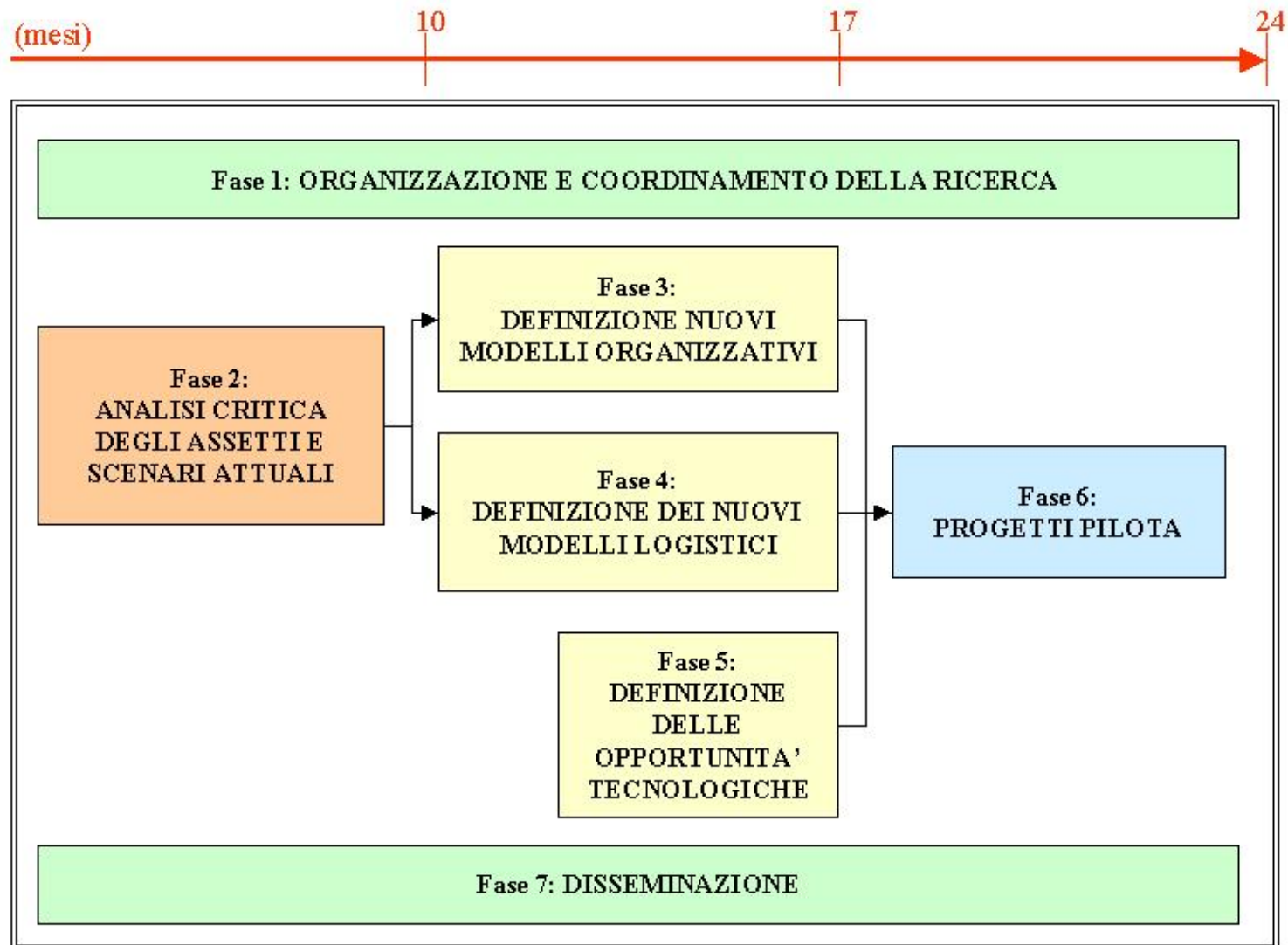
Knowledge management e post-vendita

KNOWLEDGE MANAGEMENT



- ***knowledge acquisition***: assimilazione della competenza e dell'esperienza del personale del CAT
- ***knowledge diffusion***: formazione del personale attraverso l'accesso ad un database
- ***business performance measurement***: valutazione del servizio di assistenza

Fasi principali del progetto



Articolazione delle fasi

La ricerca per perseguire gli obiettivi fondamentali si articolerà in sette fasi principali:

- **Due fasi** strettamente pertinenti le **attività di coordinamento e di disseminazione dei risultati della ricerca**, che si svilupperanno lungo tutta la durata temporale del progetto.
- **Una fase di analisi critica degli assetti e scenari attuali**, volta ad analizzare gli aspetti logistici, organizzativi ed economici attualmente impiegati nel servizio post-vendita in alcuni settori industriali.
- **Tre fasi** dedicate alla individuazione di **nuovi modelli organizzativi, nuovi modelli logistici**, e di **definizione delle opportunità tecnologiche**.
- **Una fase finale di validazione dei modelli** messi a punto nelle fasi precedenti su dei progetti pilota da realizzare almeno in **tre differenti contesti settoriali (automotive, elettrodomestico ed elettronica di consumo)**.

Criteri di verificabilità

- 1) Lo svolgimento effettivo del progetto di ricerca potrà essere valutato attraverso **incontri con i responsabili delle unità locali**. All'interno del progetto sono stati programmati almeno 6 meeting, geograficamente distribuiti fra le diverse sedi.
- 2) Sono previste tre milestone fondamentali di progetto, collegate a diversi deliverable. Le tre milestone nello specifico sono date da:

M1 - Analisi dei processi AS-IS nell'assistenza post-vendita dei beni di consumo durevole (fine Ottobre 2003)

M2 - Scenari TO-BE degli aspetti logistici, organizzativi e informativi nell'assistenza post-vendita dei beni di consumo durevole (fine Maggio 2004)

M3 - Risultati dei tre progetti pilota (fine Novembre 2004)