

Case Design Sheet



1. DESCRIZIONE

TITOLO: La soddisfazione finale del cliente per la trasmissione delle informazioni

PARTNER:

Impresa B

LUOGO:

Francia

PERIODO/DURATA:

2017-2018

2. TRASFORMAZIONE DIGITALE

2.1. TRASFORMAZIONE AZIENDALE

Il caso in questione è stato realizzato da un produttore di macchinari agricoli il quale ha dovuto far fronte a diverse esigenze, provenienti da più parti all'interno della filiera. Infatti, i concessionari desiderano fornire informazioni in tempo reale ai propri clienti, il produttore informazioni mirate ai clienti finali e i clienti finali desiderano accedere alle informazioni tecniche sulle macchine in tempo reale per ordinare pezzi di ricambio, sapere dove ottenere un pezzo il più rapidamente possibile, capire la provenienza di un possibile guasto.

Da un punto di vista normativo, le aziende di questo settore sono obbligate a seguire sviluppi legislativi che riflettono le politiche pubbliche. Negli ultimi anni, da un lato, elementi politici come il piano *Ecophyto II* (che suggerisce una roadmap regionale) e finanziamenti pubblici come il programma *MAEC* (Misure agroambientali e climatiche) hanno indirizzato le politiche agricole verso un'agricoltura più biologica.

È interessante notare l'aumento del numero di aziende agricole agro-ecologiche e di agricoltura biologica. D'altra parte, i requisiti dei residenti locali hanno un impatto sulle norme imposte dai comuni e sulle pratiche di irrorazione degli agricoltori. Pertanto, è sempre più necessario monitorare gli orientamenti politici locali, nazionali ed europei.

L'internazionalizzazione del mercato e la necessità di migliorare la produttività sono stati due fattori chiave che hanno contribuito e spinto il settore delle attrezzature agro-agricole ad evolversi¹, come testimoniato dalla citazione riportata.

La Francia è, ad oggi, in cima alla classifica dell'UE in termini di volume di fatturato, numero di imprese e numero di dipendenti per quanto concerne il settore considerato. Tuttavia, permane la difficoltà di assumere giovani formati nel settore delle attrezzature agroalimentari. Da un punto di vista occupazionale, il 50% delle società di distribuzione ha assunto o intende assumere nuovi dipendenti nel 2016, una percentuale che è pari al 77% nel settore delle attrezzature agro-agricole (AXEMA 2016).

¹ "I produttori francesi si trovano di fronte a cicli più brevi e a una stagionalità molto più marcata nello stesso anno"(AXEMA 2015, p. 8¹)

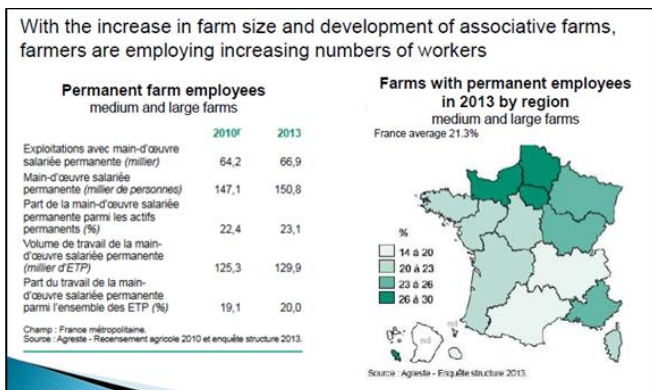
Case Design Sheet

Come tutti i settori, il cambiamento tecnologico ha avuto un impatto anche nel comparto considerato, in particolare con lo sviluppo di strumenti decisionali e l'ascesa dell'agricoltura digitale.

I giovani agricoltori non esitano ad attrezzarsi e sono sempre più esigenti riguardo le attrezzature interconnesse. Nonostante ciò, il fenomeno di decrescita delle aziende agricole è ancora presente. Dal 1960, in Francia, si è registrata una diminuzione di quasi l'80% del numero di aziende agricole (Fig1, SIMA 2017).



Figura 1: average farm size (SIMA 2017 - Agreste GraphAgri 2016 – données 2013)



Case Design Sheet

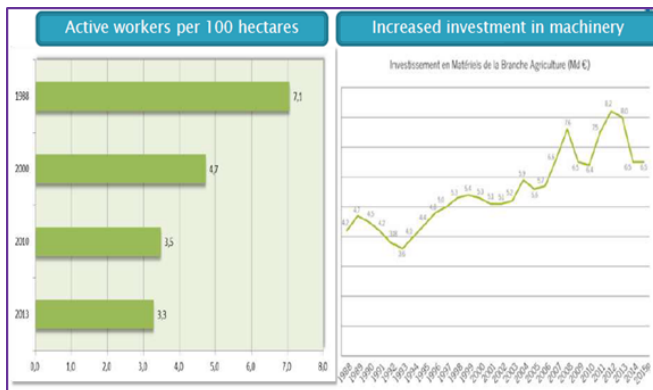


Figura 2: Evolution of the number of agricultural employees and investments in agricultural machinery (SIMA 2017)

Nel dettaglio, il numero di aziende agricole sta diminuendo a favore di un aumento delle loro dimensioni. Le piccole aziende agricole, che rappresentano il 7%, coprono in media 23 ettari. Le aziende agricole di medie dimensioni, che rappresentano il 24% del totale, coprono in media 51 ettari mentre le grandi aziende agricole, che rappresentano il 69% delle aziende agricole, coprono in media 111 ettari in termini di superficie agricola utilizzata.

In Francia, la diminuzione del numero di imprese e l'aumento delle loro dimensioni porta ad un aumento della richiesta di personale di diversi profili e competenze, tra cui la meccanica. Allo stesso tempo, il settore agricolo ha visto un aumento degli investimenti in macchinari agricoli.

2.2. CONCETTO

Uno dei principali problemi riguarda come personalizzare le relazioni con i clienti. Il cliente intermedio – ovvero il concessionario – desidera essere in grado di informare il cliente finale. A sua volta, il cliente finale desidera essere in grado di accedere alle informazioni sulle sue macchine. Le informazioni sono richieste in tempo reale in quanto, il più delle volte, sono necessarie in caso di guasto. Le macchine sono utilizzate per periodi brevi e mirati in base all'evoluzione delle colture e delle condizioni meteorologiche. L'attività è molto stagionale e possono esservi diverse richieste nello stesso periodo dell'anno.

2.3. TRASFORMAZIONE TECNICA

Dal punto di vista tecnico è pertanto necessario avere un sito web in grado di:

- Creare uno spazio cliente personalizzato;
- Creare un collegamento utente-cliente tramite CRM.

3. SOLUZIONE

La necessità di implementare la soluzione è arrivata dai feedback della rete di vendita e dalle interviste condotte dai concessionari.

Case Design Sheet



In particolare, sono stati proposti i seguenti obiettivi e formulate le relative soluzioni:

- Rendere l'informazione accessibile attraverso:
 - Un servizio clienti accessibile 24 ore al giorno, 7 su 7, 365 giorni/anno;
 - Avere una piattaforma sicura o una extranet.
- Consentire l'accesso a:
 - Prezzi e disponibilità dei pezzi di ricambio in tempo reale;
 - Un catalogo online con dettagli sulle parti e diagrammi di parti;
 - La posizione dei pezzi di ricambio disponibili vicino a ciascun cliente;
 - Informazioni disponibili in diverse lingue.
- Essere in grado di:
 - Effettuare ordini on-line;
 - Inviare un elenco delle parti necessarie a un rivenditore conoscendo disponibilità.
- Consegna:
 - 24/24, 7/7;
 - Possibilità di spedizione urgente il sabato, la domenica e i giorni festivi.
- Accesso ai pezzi di ricambio:
 - Per le macchine non più in commercio;
 - Parti ricondizionate;
 - Parti "premium".

4. COMPETENZE

Le competenze chiave sono:

- Competenze informatiche per migliorare il sistema esistente e sviluppare ciò che è necessario;
- Abilità di Digital customer relationship;
- Abilità nell'utilizzo del CRM.

5. RISULTATI

Questi miglioramenti permettono all'impresa di:

- Avere una stretta relazione con diversi clienti;
- Vendere i pezzi di ricambio necessari per i clienti finali;
- Essere in grado di avere uno stock di pezzi di ricambio disponibili per soddisfare la domanda dei clienti in tempo reale.

6. CONCLUSIONI E RACCOMANDAZIONI

Il caso in questione, ha illustrato come le PMI del settore agricolo, debbano affrontare diverse sfide nelle relazioni con i clienti, quali:

Case Design Sheet



- Accesso remoto alle informazioni sui prodotti venduti;
- Servizio differenziato in tempo reale diventa un requisito del cliente;
- Accesso ai dati dei clienti, del rivenditore o del produttore.

7. BIBLIOGRAFIA

- Rapport économique. Axema. 2015, 2016.
- Rapport de la mission agroéquipements. IRSTEA. 2014. Définir ensemble le futur du secteur des agroéquipements
- Rapport INRA. 2013. Vers des agricultures à hautes performances. Évaluation des performances de pratiques innovantes en agriculture conventionnelle. Étude réalisée pour le Commissariat général à la stratégie et à la prospective.
- Tableau de bord de la population des chefs d'exploitation agricole ou d'entreprise agricole en 2014. Direction des Etudes des Répertoires et des Statistiques. Avril 2015. MSA.
- <http://www.agrapresse.fr/pac-l-interdiction-de-produits-phytosanitaires-sur-les-surfaces-d-int-r-t-cologique-adopt-e-art438140-12.html?Itemid=345>
- Agence d'information agroéconomique, le 07/07/2017
- http://www.lemonde.fr/planete/article/2017/06/15/les-eurodeputes-disent-non-aux-pesticides-dans-les-haies-bosquets-et-autres-refuges-de-biodiversite_5145216_3244.html
15/06/2017