

PRODOTTI E TECNOLOGIE Focus

concetto di "semplice controllo" del sistema.

Il desiderio di accudimento rimane, ma si sposta presso il fornitore del sistema: a lui si chiede la responsabilità di assicurare la continuità e la flessibilità della linea di confezionamento, attraverso un servizio post vendita articolato in sistemi differenti di

inquadramento contrattuale, tipo moduli di assistenza, contratti a quote fisse proporzionali alle ore di utilizzo, interventi su chiamata con tempi di reazione garantiti.

La progressiva "umanità" viene misurata anche sulla capacità del fornitore di estendere l'orizzonte dei progetti ad altre

ROBATECH

RO

Robatech
competenza e tecnologia
nell'applicazione di adesivi

- precisione e velocità
- affidabilità
- durata nel tempo
- filtri integrati per prevenire l'otturazione degli ugelli
- ampia gamma di soluzioni standard
- rapidità di consegna anche per pistole speciali



Contattateci, il nostro staff qualificato troverà la soluzione giusta per voi

Il vostro partner nel packaging

Robatech Italia srl u.s.
Via Lepanto 400
47023 Cesena (FC)
Tel +39 0547 631700
Fax +39 0547 631881
info@robatech.it
www.robatech.it

Robatech

Glueing Technology

Giandomenico Rigon

PRESIDENTE RGD MAPE

- 1 E' difficile generalizzare. Molti vedono l'acquisto di una macchina semplicemente come un costo da sostenere e da rendere il più 'leggero' possibile. Altrettanti, però, lo considerano una scelta chiave per accrescere l'efficienza della loro produzione e contenerne i costi.
- 2 Molto spesso i clienti sono sotto pressione, devono decidere velocemente. L'acquisto coinvolge un numero esteso di persone (direzione, produzione, area finanziaria) e ognuna influenza in modo diverso il processo decisionale e lo rende quindi meno lineare. Proprio

per questi fattori i clienti hanno l'esigenza di avere un supporto tempestivo e una guida che li aiuti a fare la scelta giusta.

- 3 Sicuramente la flessibilità, la capacità di comprendere meglio e tempestivamente le esigenze del mercato e di dare soluzioni efficaci. La genialità non basta. Il servizio, la capacità di dare supporto al cliente prima e dopo l'acquisto sono le chiavi per un successo duraturo.



Andrea Ghirlanda

AMMINISTRATORE DELEGATO SIG COMBIBLOC

- 1 Meno interesse per l'alta tecnologia in sé e maggior enfasi su aspetti più pratici, specialmente alta produttività, basso costo di utilizzo in produzione, facile gestione da parte degli operatori e ridotta manutenzione (per diradare le fermate in linea e garantire bassi costi della stessa).
- 2 Cresce l'influenza dei responsabili della sicurezza che controllano nei minimi dettagli il rispetto delle normative e suggeriscono ulteriori miglioramenti; continua la difficile conciliazione di interessi divergenti tra il marketing, che richiede linee con massima flessibilità, e la produzione che privilegia linee standard ad alta produttività e con poche regolazioni. Fondamentale con i clienti è la capacità di soddisfare i requisiti di supporto e assi

stenza tecnici, offrendo anche sistemi differenti di inquadramento contrattuale del tipo moduli di assistenza, contratti a quote fisse proporzionali alle ore di utilizzo, interventi su chiamata con tempi di reazione garantiti, ecc.

- 3 Semplicità d'uso, robustezza, modeste necessità di manutenzione, pronto ed efficiente servizio di assistenza tecnica; in presenza di alte e continuative prestazioni in questi ambiti, il prezzo ed i termini di consegna assumono importanza più ridotta. Importante che le linee siano controllabili da postazione remota (cliente-fornitore) e che abbiano una ricerca guasti in linea a bordo macchina. Il fattore che peserà su tutto è la cooperazione con il cliente nei termini sopra detti.

Sebastiano Nastasi

DIRETTORE TECNICO E COMMERCIALE SCHMUCKER

- 1 Gli utilizzatori delle macchine confezionatrici stanno diventando sempre più esigenti, preparati e dotati di personale tecnico esperto e aggiornato sulle ultime tecnologie. A differenza di un tempo, quando la macchina era esclusivamente meccanica e la maggior parte degli interventi venivano effettuati manualmente, oggi il mercato guarda verso macchine sempre più automatizzate dotate di sofisticati meccanismi flessibili, veloci e di facile approccio.
- 2 Il maggiore elemento critico che spesso si incontra riguarda la mancanza di complete informazioni tecniche e dettagliate che possano servire inizialmente a redigere un'offerta completa e creare così le premesse per un progetto di massima. Da qualche anno si è delineata una nuova figura professionale all'interno

dei gruppi multinazionali, che per buona parte influenza la scelta e l'acquisto di un prodotto: il "marketing man" che spesso volte impone all'ufficio tecnico forme e prodotti decisi in base alle esigenze di immagine e alle richieste del consumatore.

- 3 Tecnologia, know-how e qualità hanno da sempre qualificato i costruttori italiani come anche il design, arma che ci contraddistingue nel mondo da anni. Quanto al peso dei differenti fattori, il giusto mix tra tutte sarebbe l'ideale ma in particolare, a nostro parere, la reputazione è l'elemento che marca i costruttori italiani insieme alla genialità di progettazione e alla perfezione esecutiva.



Maurizio Russomanno

RESPONSABILE EXPORT ALMA PACKAGING

- 1 Le macchine automatiche sono sempre più un elemento importante nei piani di sviluppo di un'azienda, in un'ottica di contenimento dei costi di produzione e di miglioramento della qualità: in un'espressione sintetica, per aumentare la propria competitività.
- 2 Nelle aziende di tipo padronale il contatto è sempre con il titolare, che spesso è anche un tecnico; in quelle più strutturate, il primo contatto è di solito a livello tecnico-produttivo per la definizione delle prestazioni richieste alla macchina. Bisogna però riconoscere che a volte queste funzioni si muovono su input interni ricevuti o concordati con il marketing.
- 3 I costruttori italiani sono particolarmente apprezzati per la loro capacità di proporre soluzioni intelligenti a prezzi interessanti,

ma soffrono di un pregiudizio inerente la furbizia, che ha contribuito a creare un aspetto dell'immagine: quello dell'inaffidabilità, che pesa non poco sui mercati esteri. E' in atto già da qualche anno un'inversione di tendenza, anche il nostro made in Italy sta diventando sinonimo di qualità e affidabilità. Fra i vari elementi, pesa al primo posto la capacità esecutiva, se abbinata alla flessibilità che dà sostanza al concetto di collaborazione, per individuare le esigenze del cliente e consigliarlo sulla scelta più opportuna. Insomma, è vincente la capacità di personalizzare, a prezzi interessanti, un sistema e tradurlo in un prodotto coerente ai bisogni e affidabile: a fronte di ciò il cliente è disposto a riconoscere il valore e anche ad aspettare per l'esecuzione. Tutto ciò crea la reputazione, come punto di arrivo e non di partenza.

Michele Falzetta

AMMINISTRATORE DELEGATO ELOPAK

- 1 In precedenza la valutazione era effettuata solo dall'ufficio acquisti ed era solo di comparazione: il miglior prezzo a parità di capacità produttiva. Oggi è più legata a una valutazione collettiva: arriva da un gruppo di lavoro a cui appartengono la produzione, il marketing, gli acquisti, compresa a volte la qualità e sicurezza. Un altro fattore importante è il servizio post vendita, inteso sia come manutenzione programmata e preventiva, sia come aggiornamento: gli investimenti sono dimensionati alla modularità, in funzione dell'incremento della domanda, il tutto a favore di una minore incidenza degli ammortamenti sul costo pieno del prodotto, per avere una continuità di produzione.
- 2 Il primo fra tutti è l'identificazione del gruppo di lavoro del cliente e la sua composizione: è importante l'interazione

con il gruppo, con un linguaggio al tempo stesso comprensivo di tutte le istanze ma anche specializzato. Questo nuovo modo di operare porta ad adeguarsi, ricalcando in parte struttura, profilo professionale e competenze dello staff del cliente.

- 3 Occorre integrarsi a valle con il proprio cliente, in una analisi dettagliata del presente e soprattutto del futuro dei bisogni del consumatore, senza tralasciare quello che è la catena logistica, incluso il lay out della distribuzione. In definitiva la progettazione delle macchine deve essere effettuata considerando tutta la supply chain. La cooperazione del cliente sarà un fattore distintivo, poiché tale interazione porterà ad ottenere vantaggi competitivi sulla reputazione, perfezione esecutiva, soddisfazione dei bisogni. Ma il focus va fatto anche e soprattutto sui bisogni del consumatore finale.