



23 agosto 2016

La nuova generazione Scania punta a ottimizzare la redditività dei clienti

- Scania ha preparato 1.500 professionisti delle vendite ad affrontare il progetto più ambizioso del settore, affinché possano assistere i clienti con una combinazione ottimizzata di prodotti e servizi interamente basati sulle esigenze dei clienti in relazione alle loro specifiche attività
- Veicoli connessi e con specifiche ottimali sono alla base dell'obiettivo di Scania di creare le condizioni giuste per assicurare una redditività sostenibile e autocarri affidabili per i clienti
- I nuovi strumenti di supporto alle vendite forniscono a ogni tipo di cliente l'accesso a tutte le competenze di Scania in termini di gestione efficiente dei veicoli per l'intera durata del loro ciclo di vita

L'introduzione della nuova generazione di veicoli Scania segna l'inizio dell'approccio più orientato al cliente e sviluppato del settore, per consentire la creazione e la fornitura di soluzioni completamente personalizzate per i singoli clienti, con prodotti e servizi ideali per incarichi di trasporto specifici.

"L'introduzione della nostra nuova generazione di veicoli ci permette di offrire ai clienti una più ampia scelta di livelli di prestazioni e servizi, mettendo allo stesso tempo a disposizione del nostro personale gli strumenti di supporto alle vendite più avanzati del settore", spiega Christopher Podgorski, Scania Global Senior Vice President, Sales and Marketing, Trucks. "Grazie alla nostra gamma completa di prodotti e servizi, possiamo personalizzare e creare soluzioni ottimali, in grado di aumentare al massimo la redditività per tutti i tipi di cliente".

Ogni veicolo è un'unità produttiva. Maggiori sono l'idoneità agli incarichi che deve gestire e il supporto che riceve dai servizi personalizzati applicabili, tanto più aumentano le possibilità per l'autotrasportatore di ottenere un rapido rendimento dell'investimento. Le finanze degli autotrasportatori sono determinate da numerose condizioni. Alcune di esse sono relativamente semplici da controllare, mentre altre dipendono da fattori al di fuori del nostro controllo o hanno una natura talmente complessa che identificare e risolvere le eventuali conseguenze può essere difficile.

"Nel nostro settore, sono molti gli autotrasportatori che prestano la massima attenzione ai costi, le cui componenti più evidenti sono il prezzo di acquisto

del veicolo e le spese variabili, ad esempio il carburante, tenendo sempre presente che i fermi macchina rappresentano un costoso problema", afferma Christopher Podgorski, Global Senior Vice President, Scania Trucks. "Tuttavia, questo approccio non considera l'impatto che il potenziale di rendimento, in gran parte determinato dall'ottimizzazione del veicolo per lo scopo a cui è destinato, può avere sulla redditività nel corso del tempo. Le specifiche giuste e una manutenzione adeguata contribuiscono ad aumentare non solo la disponibilità del veicolo, ma anche l'efficacia delle sue prestazioni. Su questi elementi influiscono positivamente anche gli altri servizi che possono essere associati all'autocarro".



Con l'introduzione della nuova generazione di veicoli, Scania si è concentrata maggiormente sull'ottimizzazione dell'offerta ai singoli clienti. Prestando particolare attenzione alle specifiche del veicolo e combinandole con i servizi del vasto ecosistema Scania, ogni cliente elabora pre-requisiti unici che consentono di effettuare un investimento redditizio.

Il punto di partenza di Scania è l'economia operativa totale (TOE, Total Operating Economy). Rispetto al tradizionale costo totale di esercizio (TCO, Total Cost of Ownership), che riflette solo le spese, il TOE tiene in considerazione anche le entrate. Il modo in cui un incarico di trasporto è retribuito (in base a peso, tempo impiegato, chilometraggio e così via) è un ottimo esempio di un fattore da esaminare al momento della scelta di un veicolo e delle relative specifiche.

Scania ha concentrato tutte le proprie competenze ed esperienze in termini di veicoli, soluzioni di trasporto ottimizzate, condizioni del settore ed esigenze effettive dei clienti nel nuovo sistema di supporto alle vendite sviluppato dall'azienda. Questo insieme di strumenti è il risultato di diversi anni di lavoro dedicati a compilare, analizzare e consolidare conoscenze, informazioni e requisiti dei clienti riguardanti il multiforme settore globale dei trasporti e dei mezzi pesanti.

"La base è costituita, naturalmente, dall'eccezionale esperienza maturata da Scania nel segmento degli autocarri, dal nostro sistema modulare e dai dati sui veicoli raccolti in più di dieci anni da decine di migliaia di autocarri impegnati in incarichi reali", sottolinea Christopher Podgorski. "A questo abbiamo aggiunto le informazioni ricavate da studi di settore, interviste ai clienti e seminari di marketing, in stretta collaborazione con i clienti esistenti. Il risultato è un insieme di strumenti esclusivo, che consente al personale di vendita Scania, indipendentemente dal mercato o dal tipo di cliente, di accedere a informazioni che permettono di proporre non solo un veicolo, ma anche una soluzione personalizzata che, essendo basata sulle esigenze specifiche del cliente, possiede tutte le potenzialità necessarie per rivelarsi redditizia. Poiché è consapevole che gli autotrasportatori subiscono pressioni da diverse direzioni, Scania si impegna per fornire loro la soluzione più adatta".



Le soluzioni Scania integrano le competenze maturate in termini di veicoli e varie soluzioni di trasporto, oltre che di relative caratteristiche specifiche. Le soluzioni Scania, incentrate sui requisiti dei clienti e basate sull'esperienza, sui dati operativi e sulla conoscenza dei mercati, forniscono valori aggiunti concreti che avvantaggiano il clienti.

L'importanza di veicoli su misura

Nell'attuale e competitivo mondo dei trasporti, l'importanza di progettare un veicolo completamente ottimizzato e di supportarne sia la proprietà sia l'utilizzo con opzioni quali finanziamenti, contratti di assistenza e servizi di gestione della flotta non è mai sopravvalutata. Scania è stata una delle prime aziende a connettere i veicoli, contribuendo tra l'altro a ottimizzarne l'utilizzo e la disponibilità. I veicoli Scania connessi che operano attualmente nel mercato europeo sono più di 200.000.

"L'offerta presentata da Scania offrirà a tutti i nostri clienti supporto e opportunità senza precedenti per ottenere il massimo ritorno sugli investimenti effettuati in veicoli", dichiara Christopher Podgorski. "La gamma

di prodotti Scania e i relativi servizi, combinati con la nostra preparazione per assistere adeguatamente i clienti, rappresenta una fase di sviluppo fondamentale nel settore. Scania è ora in grado di fornire ai clienti un supporto ulteriormente migliorato per la loro impresa".

Per ulteriori informazioni, contattare:

*Örjan Åslund, Head of Product Affairs, Scania Trucks
tel. +46 (0)70 289 83 78
email orjan.aslund@scania.com*