

e-commerce in AUTOGERMA



Consociata del gruppo Volkswagen, **Autogerma** (tel: 045 8091 111, <http://www.autogerma.it/>) è la società che distribuisce in Italia gli autoveicoli Volkswagen, SEAT, Skoda, Audi e i Volkswagen Veicoli Commerciali.

La società è presente nel mercato italiano da circa cinquant'anni; la sua nascita risale al 1954, allorché fu fondata a Bologna dal Signor G.R. Gumpert allo scopo di vendere in Italia il 'Maggiolino', il solo modello allora prodotto dalla Volkswagen.

Nel 1966 si aggiunge l'Audi NSU e nel 1974 l'azienda si trasferisce a Verona. Nel 1985 Autogerma entra a far parte del Gruppo Volkswagen e nel 1994 incorpora SEAT Italia e Skoda Automobili Italia, che già controllava dal 1991. Oggi l'organizzazione Volkswagen- Audi- SEAT- Skoda conta in Italia oltre 2.000 punti di vendita e assistenza, con migliaia di tecnici specializzati e un centro distribuzione ricambi di 51.000 mq, situato nella sede veronese (operativa dall'agosto '94).

"Autogerma – esordisce Laura Apostoli, coordinatrice dei progetti internet della società – è una Azienda che ha sempre venduto autoveicoli e accessori in modo tradizionale e sino a qualche anno fa non aveva preso in considerazione la possibilità di ricorrere al commercio elettronico. Lo stimolo a farlo nacque dallo spirito di iniziativa e dalla volontà del Management che, sempre attento alle nuove potenzialità del mercato e alle opportunità offerte dalle nuove tecnologie, decise di avviare quello che, iniziato come un esperimento, si sta via via dimostrando la base di molti progetti in divenire, nonché l'opportunità per futuri business.

Nei primi mesi del 2001 Autogerma decise quindi di realizzare un progetto di e-commerce con l'obiettivo di proporre un nuovo servizio ai propri Clienti, ma anche per capire a fondo il funzionamento delle vendite on line e verificarne in concreto le possibilità e i limiti. Come prodotto da offrire in rete fu scelta la linea degli accessori: modellini, articoli di abbigliamento e gadget con i Marchi del Gruppo Volkswagen, tradizionalmente venduti direttamente dai Concessionari.

La fase di analisi, basata su attività di benchmark e sull'esame attento delle esigenze di commercializzazione e del processo di vendita, ha richiesto l'impegno di un numero significativo di persone che hanno contribuito ciascuna con le proprie competenze a definire i requisiti del sistema. L'analisi, durata tre mesi, ha portato alla definizione delle specifiche sia dal punto di vista applicativo, sia dal punto di vista tecnologico.

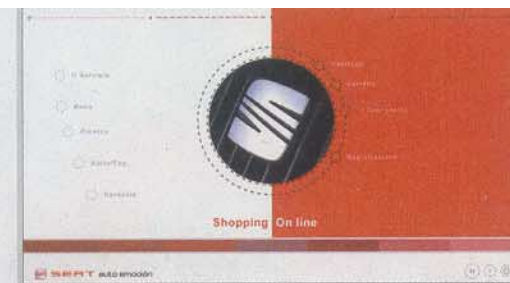
Lo sviluppo del progetto, avviato nel Giugno 2002 è stato condotto in cooperazione con **ONION** (tel: 030.3581510; <http://www.onion.it/>), azienda bresciana, fondata nel 1994, e specializzata nelle tecnologie Web, con cui AUTOGERMA ha stretto da tempo un rapporto di collaborazione focalizzato sulla progettazione e sviluppo di sistemi basati su tecnologia Web.

Il servizio di e-commerce che gestisce la vendita al pubblico degli accessori è disegnato attorno a una struttura pensata per gestire numerose informazioni, provenienti da fonti diverse, aventi formato diverso e sottoposte a elevati vincoli di riservatezza. Le caratteristiche peculiari attorno alle quali è stato costruito il servizio si possono riassumere nelle seguenti:

- attenzione al look and feel: dal momento che il sito è dedicato al pubblico di Internet, è stata posta particolare attenzione all'interfaccia privilegiando in particolare:
 - l'intuitività, e quindi la facilità d'uso, dei servizi
 - la riduzione dei tempi per il reperimento dell'informazione
 - la chiarezza dei costi del servizio.
 - l'aderenza a standard aziendali;
 - l'aderenza a standard internazionali in modo da rendere il sito compatibile con la maggior parte dei browser e da rendere la navigazione veloce
- progettazione e sviluppo della gestione Utenti con particolare attenzione alla sicurezza degli accessi e alla profilazione degli utenti
- progettazione e sviluppo degli aspetti di catalog management
- azione e sviluppo delle funzionalità per la gestione della parte di e-commerce, quali ad esempio la gestione dell'inoltro ed dell'evasione dell'ordine.

Nella semplicità della sua essenza, il progetto ha affrontato numerose complessità legate soprattutto all'integrazione tra i diversi sistemi interni ed esterni. Per quanto riguarda questi aspetti sono state analizzate:

- l'integrazione con gli aspetti di logistica per la gestione delle disponibilità e delle attività di picking e packing (il sistema di riferimento è un sistema proprietario su mainframe con un elevato grado di consistenza e molti anni di attività)
- l'integrazione con gli aspetti di contabilità (nello specifico l'integrazione è stata con il Sistema SAP)
- l'integrazione con i sistemi di pagamento a cui si accede attraverso l'istituto di credito
- l'integrazione con i sistemi del trasportatore cui sono state affidate le spedizioni sul territorio nazionale e il relativo tracking.



Ad ONION è stato assegnato il coordinamento dell'intero progetto, la selezione dei partner (Isti-

tuto di credito e trasportatore) e le attività di progettazione e sviluppo. ONION, infine, ha realizzato il sistema di help desk per il servizio, assicurandone la conduzione. "Con ONION abbiamo stabilito un rapporto di vera partnership – commenta Laura Apostoli – visto che non ha operato come puro fornitore di un prodotto, ma ha assicurato, con nostra piena soddisfazione, anche una vasta gamma di servizi collaterali".

Il lancio Ufficiale della soluzione avvenne lo scorso 8 Dicembre 2002 in occasione del Motor Show di Bologna; come elemento di soddisfazione, oltre alla consapevolezza del valore della soluzione realizzata c'è la coscienza di essere comunque una delle poche Case automobilistiche ad aver fino a oggi perseguito con tanta continuità e tenacia la strada dell'innovazione.

La soluzione realizzata da ONION si basa sul proprio pacchetto EASYSTART E-Commerce. Si tratta di un modello predefinito per un sistema di commercio elettronico che include categorie e sottocategorie di prodotti, con diverse tipologie di dati per diversi tipi di prodotto, e l'integrazione con alcuni dei più diffusi sistemi di pagamento on-line.

Il servizio è attualmente disponibile per le tre Marche SEAT, Skoda e Volkswagen ai seguenti rispettivi indirizzi:

- <http://www.volkswagen-italia.com/shoppingonline/>
- <http://www.skoda-auto.it/shoppingonline/>
- <http://www.seat-italia.com/shoppingonline/>

Con il progetto in esercizio oramai da sei mesi si può affermare che gli obiettivi iniziali, riassumibili nella volontà proporre al mercato un nuovo servizio e di effettuare un primo test significativo con un sito di e-commerce completo di tutte le sue componenti, si stanno perseguendo con soddisfazione; "Da un punto di vista funzionale – commenta infatti Laura Apostoli – siamo pienamente soddisfatti e il progetto ha raccolto giudizi lusinghieri anche dalla nostra Casa madre. E' presto per parlare di ritorno dell'investimento, visti i modesti volumi realizzati, ma il sistema è già diventato punto di partenza per nuovi progetti; sono infatti in essere nuove attività dedicate alla definizione di servizi per la commercializzazione via Web su scala più ampia di altri tipi di prodotto quali, ad esempio, l'attrezzatura di officina e i corsi di formazione".