



Ford PartsPlus: come funziona il modello di ricambi su misura

Distribuzione diretta, tempi rapidi e gestione digitale: come la Ford sta rispondendo alla trasformazione del post-vendita. Con Ford Italia

In collaborazione con Ford Italia

Il mondo dell'auto è cambiato profondamente negli ultimi anni e Ford PartsPlus rappresenta un esempio concreto delle nuove opportunità offerte dalla digitalizzazione. Si tratta di un innovativo modello di vendita e distribuzione diretta dei ricambi adottato da Ford Italia, ma nato nel Regno Unito nel 2018. L'organizzazione punta a garantire un servizio efficiente, completo e affidabile a officine autorizzate, carrozzerie, riparatori indipendenti, ricambisti e flotte.

Per comprendere meglio il funzionamento di questo progetto, abbiamo incontrato Alessio Franco, direttore di Ford PartsPlus.

Un modello unico

«Siamo stati i primi in Italia – spiega Franco – ad adottare un modello di agenzia per la distribuzione diretta dei ricambi. Abbiamo nominato 20 agenti e attivato 21 centri PartsPlus, nei principali capoluoghi di regione. Un sistema unico nel suo genere che ci consente di offrire un servizio capillare ed estremamente rapido».

Negli ultimi anni, il mercato dei ricambi ha subito una trasformazione radicale, in linea con l'evoluzione delle abitudini dei consumatori. «Oggi il cliente non si rivolge più esclusivamente alla rete ufficiale. Nei primi anni di vita del veicolo, si affida alla rete primaria, ma successivamente si orienta verso i riparatori indipendenti. Per questo abbiamo scelto di rendere disponibili i ricambi originali anche a questa rete, garantendo consegne rapide, spesso in giornata».

Un modello che in soli due anni ha raggiunto traguardi importanti. «Oggi i nostri 21 centri operano seguendo gli stessi processi. Coinvolgiamo circa 300 persone, di cui 260 impegnate direttamente sul territorio. Abbiamo stretto una solida partnership con AsConAuto che ci permette di gestire con efficienza ogni fase della logistica. La nostra forza è nella tempestività del servizio».

La necessità di personalizzare il modello Ford PartsPlus per l'Italia

Pur prendendo ispirazione dal modello inglese, l'implementazione italiana ha richiesto numerose personalizzazioni. «In Inghilterra esiste una cultura del ricambio diversa. Qui abbiamo dovuto adattare il sistema alle specificità normative e geografiche del nostro Paese. In alcune aree possiamo effettuare anche due consegne al giorno, mentre nel Sud spesso ci limitiamo a una».

La differenza rispetto ai canali tradizionali è evidente. «Abbiamo scelto di prendere direttamente in mano la gestione dei ricambi, alleggerendo i concessionari e controllando l'intera filiera, dalla fabbrica al cliente finale. Questo ci consente non solo di aumentare l'efficienza, ma anche di ampliare l'offerta, in un'ottica di servizio».



Capillarità e tempestività sono garantite grazie a una rete articolata. «Oltre ai 450 mezzi di AsConAuto, disponiamo di furgoni brandizzati per i nostri venditori e utilizziamo anche corrieri locali. Ogni giorno gestiamo migliaia di ordini attraverso sistemi digitalizzati: tutto è tracciato in tempo reale, dalla consegna alla fatturazione. Abbiamo preso ispirazione da modelli come Ikea, adattandoli alla nostra realtà».

La digitalizzazione è un pilastro

La digitalizzazione è un pilastro fondamentale del modello. «Con Keyloop abbiamo sviluppato un gestionale su misura, che ci consente di monitorare ogni fase del processo in tempo reale. La tecnologia è al servizio dell'efficienza».

L'offerta di Ford PartsPlus è ampia: ricambi originali Ford, Motorcraft, Omnicraft, pneumatici, vernici e materiali di consumo. «Con Omnicraft possiamo fornire ricambi anche per vetture non Ford, rispondendo rapidamente alle esigenze delle officine. Il 50% del nostro business proviene dalle carrozzerie, per le quali l'elasticità dell'offerta è essenziale. Personalizziamo la proposta in base alle reali necessità dei clienti».

Attualmente, PartsPlus serve oltre 27.000 clienti in Italia. «I feedback sono molto positivi. Il nostro punto di forza è la qualità del servizio: assistenza dedicata, puntualità nelle consegne, imballaggi curati, credibilità. Questo ci permette di fidelizzare il cliente».

Pronti per la transizione energetica

Anche in vista dell'attuale transizione energetica, il modello ha la giusta flessibilità ed è pronto ad accogliere alla sfida. «Abbiamo scelto la distribuzione diretta anche per facilitare la gestione degli stock in un momento di grande cambiamento. L'elettrificazione è parte della nostra strategia, soprattutto nel comparto dei veicoli commerciali. Puntiamo su un orizzonte a lungo termine».

I progetti futuri non mancano. «Vogliamo aumentare il numero di consegne giornaliere e diventare un punto di riferimento per l'aftermarket. La rapidità è fondamentale: ridurre il fermo tecnico delle vetture è una priorità. Stiamo anche ampliando la nostra presenza nel settore degli pneumatici, un segmento sempre più strategico, soprattutto in vista della crescita del parco circolante elettrico, più pesante e quindi più esigente dal punto di vista degli pneumatici».

L'articolo proviene da L'Automobile .