



E-commerce, assistenza remota, modelli 3D e manutenzione predittiva: sono solo alcuni dei nuovi servizi offerti

Angelini Technologies – FAMECCANICA sviluppa nuovi servizi digitali customer-centric

Alexandra Bota, digital manager Angelini Technologies – FAMECCANICA: “Vogliamo diventare partner dei nostri clienti durante tutto il product life cycle, vogliamo assisterli e soddisfare ogni esigenza grazie a un ambiente digitale interconnesso. Puntiamo a un approccio che metta il cliente al centro”.

L'azienda

Fameccanica è l'azienda parte dell'ecosistema di Angelini Technologies - divisione di Angelini Industries - che da quasi 50 anni opera nella tecnologia industriale. Angelini Technologies ha oltre 600 dipendenti in Italia, USA e Cina e un fatturato di più di 200 milioni di euro nel 2022.

Grazie a Fameccanica, azienda nata nel 1975, e principale società di Angelini Technologies, è stata consolidata una leadership di mercato nello sviluppo di linee di produzione automatizzate nel settore dei prodotti igienici assorbenti e dei beni di largo consumo per la cura della casa e della persona.

Fameccanica ha investito fin dal principio e con continuità in tecnologie avanzate, realizzando per i propri clienti soluzioni di frontiera e diventando così un player di riferimento per il settore dei beni di largo consumo e per la Smart Factory Automation. La forte spinta all'innovazione è uno dei principi fondanti tanto che nel 2021 Fameccanica viene nominata l'azienda più innovativa d'Italia per il numero di brevetti depositati (EPO). Ad oggi presenta più di 1000 privative brevettuali all'attivo che si riferiscono a più di 200 invenzioni distinte.

Il cliente al centro

Alla spiccata propensione verso l'innovazione e la produzione di macchine all'avanguardia, l'azienda affianca un'attenzione per le esigenze del singolo cliente anche dopo la vendita. La prospettiva è diventare partner dei clienti durante tutto il product life-cycle e promuovere un approccio “customer-centric” invece che “product-centric”. Rispondere alle esigenze di ciascuno, ha indotto l'azienda a sviluppare un ambiente interconnesso per semplificare il lavoro, eliminare le distanze e offrire servizi 24 ore su 24 - 7 giorni su 7.

Il portafoglio di servizi digitali è stato costruito attorno alle diverse esigenze e sulla base del livello di maturità digitale dello specifico cliente.



Prima di arrivare alla formulazione delle soluzioni digitali è stata realizzata una mappatura del customer journey e dei diversi stakeholder con i rispettivi bisogni. Sono stati definiti e sviluppati i digital touchpoints necessari a soddisfare le necessità emerse. Una volta conclusa la fase di analisi, sono stati individuati i diversi servizi da offrire.

I nuovi servizi digitali

Tutti i servizi sono accessibili da un unico portale, attraverso il quale con una registrazione iniziale è possibile accedere a uno spazio dedicato che accompagna il cliente dal momento in cui acquista la macchina, al momento in cui la macchina entra in produzione ed ha bisogno di supporto per le operazioni ordinarie e straordinarie.

Un aspetto molto rilevante è l'assistenza nel post vendita. Il nuovo servizio da remoto fruibile sul portale permette di aprire ticket, di seguirne lo stato e di stimare i tempi di risoluzione che tendono ad essere velocizzati da questo metodo. L'assistenza remota diventa proattiva con l'attivazione del servizio di control room, che tramite l'IoT consente di fornire insight in real time per migliorare le performance degli impianti, i consumi e la qualità prodotto attraverso la modellazione e l'analisi dei dati raccolti dal singolo impianto e algoritmi di Machine Learning.

Si sta sviluppando anche un assistente virtuale chatbot che possa risolvere in pochi click le richieste più semplici e immediate.

L'utente ha anche accesso all'e-commerce dove può visionare le sue macchine ed acquistare i relativi componenti consigliati sulla base del piano di manutenzione. Il team di progetto ha realizzato modelli 3D e digital twin di ogni macchina tramite cui il cliente può visualizzare i componenti e individuare le specifiche di ciascun pezzo acquistandolo direttamente dal modello digitale.

Tutti i servizi digitali si affiancano all'assistenza in loco che continuerà ad essere offerta per mantenere e curare la relazione umana che per Fameccanica è fondamentale. Il servizio da remoto è quindi complementare per quelle necessità urgenti e veloci che possono accadere durante la normale produzione.

Vantaggi

Tutti i servizi offrono maggiore efficienza dal lato del cliente e benefici qualitativi legati alla relazione e alla fiducia con l'azienda fornitrice.

Attivando il servizio di control room, il cliente è in grado di monitorare in qualsiasi momento lo status delle proprie macchine e grazie all'assistenza remota proattiva è possibile ridurre del 5% i fermi macchina.

Grazie ai servizi digitali ciascun utente può ricevere offerte dedicate e training personalizzati basati sul livello di competenza che può essere misurato incrociando i dati di performance della macchina con i ticket che lo specifico utente ha aperto.

Per Fameccanica i benefici sono molteplici perché ricevere dati sul funzionamento delle proprie macchine nel tempo, permette di instaurare dei processi di continuous improvement mirati al miglioramento dei prodotti. Non solo. Il monitoraggio costante dei problemi e della loro risoluzione



fornisce una base di conoscenze utile a tutti i reparti dell'azienda.

La raccolta e l'analisi cross-service permette inoltre di strutturare una strategia commerciale customizzata: ad esempio, incrociare i dati per rilevare la customer satisfaction o proporre soluzioni mirate in base al fabbisogno rilevato dalla consultazione dei piani di manutenzione.