

Oltre l'assemblaggio, con il servizio al cliente

In uno scenario di mercato in continua evoluzione, Dinema ha saputo nel corso degli anni rimanere al passo con i tempi, diversificando le proprie attività, nell'ottica di offrire un servizio globale.

Dall'idea di progetto all'assistenza tecnica post-vendita, **Dinema** è in grado di garantire al cliente la gestione globale del prodotto, e per questo motivo, come ci ha spiegato **Giovanni Manti**, Sales Manager per il Nord-Ovest, si propone come partner di riferimento per chi necessita di un servizio globale, che vada al di là del semplice assemblaggio delle schede.

► **Nel corso degli anni Dinema ha consolidato il proprio ruolo di fornitore di servizi elettronici aprendosi sempre di più ai clienti esterni. Quali sono state le principali tappe di questo processo e quali i risultati raggiunti?**

Dinema nacque nell'ormai lontano 1971. I primi anni di vita furono caratterizzati da una crescita costante, ma la spinta decisiva arrivò nel 1985, quando la società entrò a far parte del Gruppo Lonati, leader mondiale nella costruzione di macchine per la tessitura circolare. Questo evento fu determinante per lo sviluppo aziendale, e ne rafforzò ulteriormente le già notevoli competenze in un settore estremamente complesso come il meccanotessile. L'operato di Dinema inizialmente fu a esclusivo beneficio del Gruppo, ma nei primi anni 90, per volontà della proprietà, avvenne l'apertura

anche a clienti esterni. Questi ultimi 16 anni di attività hanno promosso l'azienda quale leader indiscusso anche in settori molto diversi da quello di provenienza, passando attraverso il conseguimento della certificazione ISO 9001 nel 1995, la trasformazione in Società per Azioni nel 1997, l'avviamento di un'area dedicata alla produzione di schede completamente rinnovata nel 2004, e il raggiungimento della RoHS Compliance nel 2006. A oggi il fatturato dei clienti esterni raggiunge circa il 40% del totale, con un trend di crescita in costante aumento.

► **Quali sono i punti di forza e quali quelli che differenziano Dinema rispetto ai competitor?**

Oggi il mercato richiede sempre di più la gestione globale del prodotto, dal

progetto all'assistenza tecnica post-vendita. È questo il nostro punto di forza: il servizio globale. Forti di un organico che raggiunge i 150 addetti, con un ufficio tecnico in cui operano oltre 50 persone, possiamo garantire un livello di servizio che difficilmente si ritrova in altre realtà. Per questo, i nostri competitor non sono molti. Il panorama italiano offre infatti centinaia di buoni "assemblatori", ma non appena le richieste del cliente vanno oltre il puro assemblaggio schede, il cerchio si restringe enormemente.

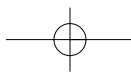
► **Quali sono i segmenti di mercato che vi vedono oggi maggiormente impegnati e quali invece offrono a vostro avviso le migliori prospettive future?**

Dinema ha saputo negli



Tutte le funzioni aziendali in Dinema operano per il raggiungimento di una completa soddisfazione del cliente.

Laura Reggiani



anni diversificare in modo deciso le aree di operatività, affrontando vari segmenti di mercato. Oggi operiamo in settori che spaziano dall'automazione industriale al vending, dalla domotica alla sicurezza, dall'elettromedicale al riscaldamento/condizionamento, dall'automotive al ferroviario, dal civile fino ovviamente al meccanotessile. Questa è la situazione a oggi, ma poiché il mercato è in continua evoluzione, noi dobbiamo essere pronti a cogliere ogni segnale che ci permetta di anticiparne le mutazioni.

► **Che tipologia di servizi è in grado di offrire Dinema ai suoi clienti? E quali sono i reali vantaggi competitivi?**

Dalla progettazione al supporto post-vendita, passando attraverso l'industrializzazione, l'acquisto dei materiali, l'assemblaggio e i collaudi; il tutto completato da una logistica di prim'ordine. Qualunque sia l'esigenza del cliente in Dinema può essere soddisfatta. Ci tengo a sottolinearlo, siamo un'azienda di servizi globali, e non un semplice assembleatore di schede.

► **Quali sono le richieste dei clienti da cui non si può prescindere? Rivestono più importanza fattori come il prezzo, la qualità, il time-to-market, o cos'altro?**

In un mercato come quello odierno non si può sottovalutare nessuno degli aspetti che rendono il prodotto finale competitivo. Tutti desiderano ovviamente il massimo della qualità al prezzo più basso possibile e



nei tempi più rapidi possibili. Bene, tutto questo lo si può ottenere solamente attraverso la gestione completa del prodotto. Solo attraverso un'accurata progettazione, ma soprattutto una impeccabile industrializzazione, si possono contenere i costi di produzione; solo attraverso la gestione completa dei materiali si possono tenere sotto controllo, e quindi ridurre, i tempi di approvvigionamento e il time-to-market; e solo con un approccio maniacale ai collaudi si possono conseguire i massimi livelli di qualità.

► **Con che filosofia commerciale opera Dinema, quali sono le strategie commerciali attuate e come ottenete la fidelizzazione del cliente?**

La gestione dei clienti è affidata a commerciali dipendenti. Riteniamo che l'utilizzo di venditori diretti operanti sul territorio sia il metodo migliore al fine di instaurare con i clienti un rapporto di vera partnership duratura e di reciproca soddisfazione. La fidelizzazione la si può ottenere solamente

con una completa soddisfazione del cliente, che nasce dal coinvolgimento di tutte le funzioni aziendali che insieme operano al raggiungimento della stessa.

► **Dinema è stata tra le prime società in Italia ad adeguarsi alla direttiva RoHS. Come si è svolto il progetto che ha portato alla conformità?**

L'idea del "Progetto RoHS" prendeva forma già nel gennaio 2005, per poi diventare operativa nel maggio seguente. La consapevolezza di dover affrontare un cambiamento epocale, ha spinto Dinema a costituire un team dedicato a valutarne e affrontarne l'impatto.

Il Comitato Guida coordinatore e supervisore di ben 8 Team, con oltre 30 persone coinvolte, e ingenti investimenti, ha portato Dinema, in circa 12 mesi e in netto anticipo rispetto alle scadenze di legge, alla RoHS compliance.

Il "Progetto RoHS" ha coinvolto totalmente l'azienda, attraverso un ampio processo di formazione, pari a oltre 1.000 ore/uomo, attraverso il cambiamento nella gestione

IL MERCATO

Interviste & Profili

dei materiali, la valutazione di nuove tecnologie sia di progettazione che di produzione, le analisi tecniche sui nuovi materiali e il pieno coinvolgimento di fornitori e clienti.

► **La vostra attività è attualmente limitata al mercato italiano. Avete in previsione una possibile apertura ai mercati esteri?**

Da un punto di vista dei clienti esterni, sicuramente Dinema, tranne qualche caso sporadico, opera principalmente sul mercato italiano. Come dicevo in precedenza, comunque, l'azienda è molto attenta ai mutamenti delle esigenze di mercato, e l'apertura all'estero non è assolutamente da escludere.

► **Il fenomeno della migrazione delle attività produttive in aree a basso costo sta impattando pesantemente anche l'Italia. Qual è la vostra opinione in merito?**

Che ruolo riveste oggi e che ruolo potrà rivestire in futuro l'Italia nel settore elettronico?

Le produzioni legate ai settori consumer, ma più in generale le grosse produzioni, sono senza dubbio già migrate oltre confine. Questo problema non tocca tuttavia solamente il settore elettronico, ma più in generale tutti quei settori dove la mano d'opera è preponderante. È ovvio, quindi, che i settori ad alto contenuto tecnologico, con produzioni medie o medio-basse e di nicchia, saranno quelle che potranno dare un futuro alle nostre aziende. ◀

