

In occasione del lancio della [quinta generazione dei Conti Hybrid HS5 e Conti Hybrid HD5](#), abbiamo intervistato Ralf Benack, responsabile delle soluzioni per le flotte per la regione EMEA di Continental, che ci ha spiegato cosa sta facendo l’azienda per aiutare le flotte a ridurre al minimo i costi e continuare ad essere competitive nelle difficili condizioni attuali del mercato.

Come vivono questo momento di crisi le flotte?

Le difficili circostanze che stiamo tutti affrontando, a livello mondiale, influenzano davvero drammaticamente il nostro business, mettendo molte aziende sotto pressione, perché pensano che non abbia più senso continuare a operare veicoli, perché non riescono ad aumentare i prezzi del trasporto abbastanza velocemente. Vediamo infatti clienti che fermano i mezzi, ma per le loro aziende questo rappresenta sicuramente un grosso rischio.

Dall’altro lato, questo significa che il bisogno reale di gestire l’incredibile incremento dei costi è sempre più alto nelle analisi degli operatori delle flotte, che in passato lo consideravano un argomento, importante sì, ma non una priorità assoluta.

In questo periodo tutti affrontiamo anche la carenza di materiale in generale e i nostri clienti, in particolare, la carenza di autisti e questo comporta un ulteriore, critico innalzamento dei costi, perché, in simili circostanze, i salari aumentano e quindi anche gli investimenti, il che è sicuramente positivo per i driver, ma alza ancora i costi e tutti noi non sappiamo cosa accadrà.

Insomma, all’orizzonte c’è una recessione, che speriamo non si materializzi tanto quanto molti prevedono, ma che comunque dimostra ancora una volta chiaramente la necessità di lavorare in maniera efficiente e con grande consapevolezza e attenzione ai costi. Ed è proprio qui che interviene anche Continental, con il nuovo approccio che stiamo sviluppando per le flotte.

Come è cambiata l’offerta di Continental alle flotte?

Diciamo che in passato il business dei pneumatici era molto tradizionale: vendevi un pneumatico ad un cliente, lo consegnavi e poi veniva montato. Fine. Benissimo, per un po’ di tempo così andava benissimo, ma oggi, il nostro approccio è molto più collaborativo, perché cerchiamo di adottare una filosofia di riduzione dei costi di gestione, la cosiddetta **LODC, Lowest Overall Driving Costs**. In pratica lavoriamo, su base quotidiana, con i clienti per gestire la pressione dei costi e le condizioni instabili e a volte minacciose per le loro realtà e ci assicuriamo di garantire davvero la massima efficienza gestionale. Penso che ci siano già

alcuni buoni esempi di questa efficienza, soprattutto nell’area della prevenzione dei guasti.

Quanto si può risparmiare prevenendo un guasto?

Con il nuovo sistema **ContiConnect** e con i **nuovi sensori** possiamo risparmiare i costi di un breakdown. Naturalmente è evidente subito quanti euro possiamo risparmiare non avendo il fermo macchina, con il bisogno dell’intervento di un mezzo e di un meccanico. Bene, ma dietro c’è dell’altro, c’è molto di più: non c’è la persona in ufficio che deve coordinare e mandare un nuovo mezzo sulla strada. Nessuno dovrà preoccuparsi di informare i clienti che la merce arriverà in ritardo. Insomma, ci sono talmente tanti problemi e inefficienze dietro a un breakdown, che ci si rende davvero conto di quanto costa solo quando davvero accade. Tutto questo può essere evitato con ContiConnect.

Ma non solo, perché un altro contributo in efficienza deriva del servizio di pianificazione. Il gestore della flotta in ufficio e il dealer impiegano molto tempo per pianificare i servizi e ci sono molte cose che possono andare storte, come ad esempio che il mezzo esca, ma il truck non è lì. Se, invece, la flotta ha a disposizione un sistema digitale, magari anche con la posizione GPS del veicolo e una serie di informazioni sulle condizioni dei pneumatici, il servizio può essere pianificato molto meglio. L’effetto sul risparmio di costi è immediato.



Qual è il ruolo del gommista e del network in questa catena di valore?

Anche il ruolo del gommista sta cambiando. Nel passato era quello che consegnava e montava il pneumatico e basta. Oggi invece l’elemento di servizio è diventato molto più importante ed è quindi chiaro che il dealer gioca un ruolo chiave nel futuro di questo business.

Il network dei nostri rivenditori ha sviluppato la capacità di offrire dei servizi e noi li supportiamo in questa attività, che va ben al di là della gomma. Il cliente oggi si aspetta, infatti, che, quando porta il mezzo per i pneumatici, si controlli anche la batteria o molte altre cose, che diventano un’opportunità di business per il gommista stesso. Ci sono delle nuove aree di redditività, che vale la pena di esplorare. E un partner come Continental, che produce molti altri ricambi e strumenti utili per le flotte, può supportarlo al meglio.

Naturalmente questo si traduce anche in un vantaggio per il cliente che deve impiegare un minore sforzo per coordinare i vari servizi necessari alla gestione e manutenzione dei mezzi.

Come funziona il ContiFitmenteService?

Il ContiFitmenteService serve per la selezione dei pneumatici ed è il primo approccio al sistema di gestione dei costi LODC. La prima cosa da fare per il gestore della flotta è infatti comprendere quali pneumatici gli servono e, grazie all’aiuto del dealer del nostro network, montare i pneumatici più adatti ai propri mezzi. Non solo, anche la pressione deve essere quella corretta. ContiFitmenteService è un’applicazione molto che può utilizzare il fleet manager o il gommista per offrire una consulenza puntuale per ottimizzare l’efficienza dei mezzi.

La sostenibilità è sicuramente un valore importante, ma può anche essere una leva di vendita?

Questa è una bella domanda. La sostenibilità è effettivamente un trend di cui ognuno oggi vuole parlare. Se entri nell’ufficio di una flotta, subito vedi grandi immagini che riguardano la sostenibilità, ma... la discussione va sempre a finire sul prezzo.

Questo però oggi sta veramente cambiando. Perché? Perché le società di trasporto ricevono sempre più richieste da parte dei loro clienti di dimostrare che sono operative nella sostenibilità. Bene, ma chi paga per questo? Ebbene, oggi i clienti sono disposti a pagare.

Ho recentemente visitato una società di autobus, che mi spiegava che stanno investendo in tecnologie sostenibili per la loro flotta. In pratica avevano acquistato un impianto di autolavaggio, che recuperava l’acqua, che è un bene prezioso. Lo hanno fatto anche perché, in questo modo, guadagnano punti nelle gare d’appalto con i clienti. Non solo, grazie a questo investimento in sostenibilità, hanno potuto vincere un appalto, ma hanno anche potuto chiedere un corrispettivo maggiore per il servizio offerto.

Insomma, la sostenibilità si sta decisamente spostando dall’essere una moda all’essere qualcosa di valore. Per noi di Continental è sempre stata parte integrante della strategia. Ci sono infatti molti esempi, che dimostrano che abbiamo investito nella sostenibilità indipendentemente dal fatto che i mercati lo richiedessero o meno. Vogliamo essere in prima linea nei materiali, nelle prestazioni dei pneumatici e nella capacità di supportare e consigliare i nostri clienti. Ci sono già un gran numero di flotte che lavorano a stretto contatto con noi, con un approccio collaborativo, per rendere le loro attività sempre più sostenibili e per comprendere meglio come i pneumatici e, in particolare, la loro gestione possa fare il punto su questo tema. E la gomma stessa è il punto di partenza.

In che modo un pneumatico può contribuire all’impegno per la sostenibilità di una

flotta?

La nuova generazione 5 Hybrid ne è un esempio. La carcassa robusta, anche se rende difficile ottenere il massimo di performance in rolling, consente al pneumatico di avere una vita più lunga. Questo è un evidente argomento di sostenibilità. Se un pneumatico viene ricostruito, si risparmia il 70% del materiale, perché è sufficiente applicare nuovamente lo strato superficiale, per rimmetterlo di nuovo sulla strada, come se fosse nuovo. Ogni pneumatico Continental ricostruito performa infatti esattamente come uno nuovo e questo fa la differenza ed è qualcosa che i nostri clienti apprezzano moltissimo.

Come viene percepita e utilizzata la ricostruzione dalle flotte?

A differenza che nel passato, oggi la ricostruzione è qualcosa a cui i clienti pensano, perché li aiuta nel realizzare la loro strategia di sostenibilità e quindi la richiedono molto più di quanto facevano passato. Stiamo passando dall’idea di sostenibilità bella e da promuovere in ufficio a una realtà che porta benefici che sono misurabili nei fatti

Oggi la percentuale di nostri clienti che utilizzano il sistema di ricostruzione è attorno all’80% ed è in ulteriore crescita. La differenza è su quanto usano la ricostruzione. Alcuni clienti, ad esempio, ricostruiscono le gomme su solo uno o due camion oppure solo su una posizione dell’asse e perdono così l’opportunità di farlo sul resto del parco mezzi. Il punto a cui dobbiamo arrivare è invece il concetto dell’intero ciclo di vita dei pneumatici. Dove monto le gomme nuove? Dove i ricostruiti? E come ottengo il mix perfetto, utilizzando carcasse di alta qualità che poi verranno ricostruite da Continental con un sistema premium? È su questo che bisogna lavorare, sul raggiungimento dell’equilibrio perfetto.

In Italia ci sono molte flotte medio-piccole. È più difficile per loro che per le grandi flotte utilizzare le nuove soluzioni digitali di Continental? Avete un approccio diverso con la piccola flotta?

No, in generale, l’approccio è lo stesso, ma, soprattutto in Italia, abbiamo un caso emblematico di una flotta che in questo momento sta lavorando con le nostre soluzioni digitali, con tutto il pacchetto completo. Quest’azienda ha sottoscritto il contratto di servizio con noi e viene seguita dal team locale, che sta sviluppando un lavoro fantastico. È vero che c’è un investimento da fare, ma se un cliente, anche piccolo, è interessato, il nostro team commerciale, insieme al rivenditore, è in grado di supportarlo al meglio. L’utilizzo dei sensori, poi, è semplicissimo, accessibile direttamente sul cellulare e senza il bisogno di competenze particolari. E il vantaggio è immediato. In passato era più complesso, perché c’erano delle operazioni da fare nel mezzo, anche magari sotto la pioggia. Oggi non più e

questo, secondo me, è un grosso passo avanti. I dati di feedback dal mezzo vengono trasmessi a Continental, al gommista e al fleet manager. Dipende da quale pacchetto di soluzioni si sceglie, perché è possibile costruire una soluzione su misura delle esigenze del cliente.

Si tratta di vere e proprie consulenze?

Sì non si tratta di un prodotto che si mette sul bancone del cliente. Punto e basta. Se davvero si vuole ottimizzare il risultato, si deve collaborare, lavorare insieme e disegnare una soluzione su misura.

Noi preferiamo concentrarci sulle esigenze dei clienti che abbiamo e offrire loro realmente quello che promettiamo, piuttosto che andare in cerca di migliaia di clienti a cui non siamo in grado di dare le risposte che promettiamo. La soddisfazione del cliente e la creazione di valore, per noi, sono più importanti dei numeri delle quote di mercato. È la soddisfazione del cliente che misura il valore del fornitore.

© riproduzione riservata pubblicato il 29 / 09 / 2022