

La svolta di Electronic's Time

ELECTRONIC'S TIME®

Più competenza, più soluzioni.

*Incontriamo Martino Carrieri,
General Manager Electronic's Time*

a cura di Monica Bertolo

Davvero molte ed importanti le innovazioni organizzative che avete apportato in Electronic's Time in quest'ultimo anno. La pandemia non vi ha certo spaventati!

Il rallentamento momentaneo di parte dei servizi all'utenza dovuto al lockdown nazionale ha permesso a Electronic's Time di riflettere sulle prospettive di sviluppo dell'azienda, predisponendosi all'avvio di un **importante processo di trasformazione**.

Per prima cosa abbiamo deciso di investire nella **digitalizzazione** puntando su piattaforme online come **GoToWebinar e Zoom**, utili a mantenere **aggiornati i nostri partners** sulle nuove tecnologie presenti sul mercato, rendendo più accessibile la formazione. Abbiamo attivato un servizio di formazione webinar online **gratuito**, che mira a dare la certificazione di professionalità e competenza ai nostri clienti, ma soprattutto renderli competitivi sul mercato. Diamo la disponibilità per una **formazione one to one** personalizzata, per migliorare le **competenze** su determinate tecnologie come **IOT, Domotica e Intelligenza Artificiale**. Questo



Martino Carrieri



ci permette di avere delle basi per affrontare le sfide future.

Il cambio di paradigma, voluto fortemente dalla direzione, persegue un **obiettivo ambizioso**: ottimizzare e quindi **migliorare metodi e procedure operative** ormai consolidate da anni e che oggi richiedono cambiamenti agili, allo scopo di raggiungere nel più breve lasso di tempo il traguardo di massimizzare la **customer satisfaction** nei confronti di prodotti e servizi offerti, ponendo al centro dell'attenzione le osservazioni e le aspettative del parco clienti. Per raggiungere l'**eccellenza operativa** e aumentare le opportunità commerciali, supportando fino all'ultimo step il complesso processo di vendita, Electronic's Time ha attivato una serie di applicativi smart, sempre connessi e capaci di analizzare in maniera intelligente la grande mole di informazioni, ovvero i **Big Data**, prodotta dall'interazione tra fonti diversificate, ufficio marketing e portfolio clienti. I risultati di questo importante processo evolutivo aziendale non tardano a venire, dimostrando la validità dello sforzo intrapreso da Electronic's Time in termini di risorse umane e di investimento economico.

Quali le caratteristiche dell'e-commerce Electronic's Time e quali i servizi aggiuntivi che maggiormente il mercato ha apprezzato?

Il processo di innovazione dei servizi aziendali riguarda anche il potenziamento della piattaforma di commercio elettronico che Electronic's Time propone alla propria clientela attraverso il web.

All'indirizzo www.electronicstime.biz si raggiunge il portale **B2B**, molto apprezzato dai professionisti del settore Security. I clienti, dopo

registrazione con verifica dei dati, possono accedere, tramite immissione di una password personale, ad un vasto catalogo elettronico suddiviso per i vari settori dell'impiantistica, potendo navigare tra le diverse categorie/tipologie di prodotti, marchi e servizi commercializzati, e possono valutare le caratteristiche tecniche, la disponibilità di magazzino ed il costo di ogni singolo articolo d'interesse, potendo così procedere con l'**ordinativo telematico**. Inoltre, il portale B2B

permette di iscriversi alla newsletter e ricevere tramite e-mail le **promozioni commerciali** riservate a impiantisti, system integrators, rivenditori.

In questo periodo ci sono visioni ed approcci spesso contrastanti, in merito all'evoluzione del mercato della sicurezza in Italia. Secondo Martino Carrieri, qual è la reale evoluzione di questo mercato, quali i trends e come dovrebbe essere "governato" a vantaggio di tutti?

Al momento **il mercato è confuso**.

Ci sono **tanti giocatori esteri** che operano **direttamente sull'utente finale** con una soluzione composta da prodotto e servizi già strutturati. Società che stanno entrando sul mercato con **regole molto aggressive e con politiche nuove**, più vicine ai nuovi scenari tecnologici. Applicano soluzioni di automation marketing, grazie all'utilizzo di nuovi canali di comunicazione, che nel nostro settore sono poco sfruttati, e stanno riscuotendo molto successo, trovando quote di mercato importanti. Bisogna adeguarsi a questi nuovi canali di comunicazione, facendo capire al mercato quali sono i vantaggi della nostra azienda e come intende muoversi con nuovi scenari di comunicazione.

La vera sfida è trovare una **forma innovativa ma che mantenga le basi etiche e comportamentali del sistema tradizionale**.

La sfida diventa difficile perché la nostra azienda non è orientata al box moving per la vendita di soli prodotti, ma è orientata alla **vendita di soluzioni**; il nostro investimento pertanto è focalizzato sulle aree di business in cui è possibile **offrire servizi**.

Saranno proprio questi gli argomenti cardine che

faranno la differenza tra un'azienda strutturata e non: bisogna aumentare il valore dei servizi offerti all'interno di un'azienda. La nostra visione stravolge la concezione di cliente che viene considerato più come partner; fondamentale diventa il valore aggiunto che nasce per l'utente finale, dato dalla collaborazione creata in un **ambiente come Electronic's Time**, forte di molte sinergie tra i produttori e i professionisti del settore.

In che modo quindi intendete operare?

La nostra azienda si sta focalizzando su **tre macro aree**.

La prima è la centralizzazione di eventi di allarme, anomalie, guasti e informazioni di vario genere provenienti da vari settori come incendio, antintrusione, video, audio, IoT, domotica e automazione. **Iklas in questo senso è il collante** che riceve tutti gli eventi e li struttura, al fine di renderne chiara e facile la gestione, dando la possibilità di verificare e interagire con molteplici impianti di qualsiasi tipo.

L'altra area è l'integrazione di più settori su **un'unica piattaforma, creando un mosaico di tecnologie**. Il nostro team di tecnici lavora costantemente per creare soluzioni integrate tra i vari sistemi che trattiamo.

Ovviamente tutto questo sarà fatto in sicurezza,

poiché stiamo investendo anche in **cyber security**, che rappresenta la **terza macro area**.

Addentrando invece nel mercato della Distribuzione Specializzata della Sicurezza, come si trasformerà? Quale la sua visione in merito?

Secondo la mia opinione ci saranno **3 o 4 aree**. Accanto ai distributori di sicurezza tradizionali, ormai si affiancano da tempo i distributori di **materiale elettrico**, così come si affacciano al mondo della sicurezza anche i **distributori IT**, oltre alla presenza dei prodotti nella **GDO specializzata** (Bricoman, Leroy & Merlin, OBI Italia), senza tralasciare le grandi piattaforme di vendita online come **Amazon**.

La domanda quindi adesso diventa: **perché scegliere noi e non gli altri?**

Qui la grande sfida. L'unica regola è che non ci sono regole. Tutto è nuovo e da reinventarsi. I pochi che rimarranno saranno quelli che avranno trovato nuove forme per la copertura delle aree e per la **customer loyalty**.

Per un'azienda strutturata come noi, il valore aggiunto sarà il **servizio e il supporto tecnico pre e post vendita**.

Fondamentale sarà l'Investimento sulla Formazione del Personale, per avere sempre un livello alto di preparazione: non è importante la quantità ma la **qualità**.



Antonio Carrieri, Legale Rappresentante Electronic's Time; Marco Oliva, Direzione Generale e Area Comunicazione; Martino Carrieri, General Manager.