

## **CUSTOMER FOCUS: FORMAZIONE E SUPPORTO PER GARANTIRE EFFICIENZA E NOTEVOLI RISPARMI NELLA TRACCIABILITA'**

***Obiettivo dell'assistenza tecnica di SATO Italia: creare cultura sull'integrazione del processo di stampa delle etichette col sistema informativo aziendale***

Milano, 12 luglio 2022

La tracciabilità dei prodotti e l'identificazione automatica delle merci stanno da anni modificando il ruolo dell'etichettatura, che sta diventando un elemento fondamentale nei processi aziendali. Si tratta di un processo iniziato anni fa, ma tuttora attuale e pieno di novità e spunti tecnici, sotto la spinta della normativa, della globalizzazione e dello sviluppo della digitalizzazione.

In questo scenario è necessario un aggiornamento culturale di tutti gli operatori che si occupano di stampa di etichette, inclusi i rivenditori, che devono qualificare i clienti e comprendere il contesto nelle quali le macchine devono essere utilizzate per orientare la scelta verso sistemi in grado migliorare l'efficienza del processo di stampa. Il metodo più efficace per accelerare questa evoluzione è lavorare gomito a gomito con il fornitore, che supporta con corsi di formazione e assistenza pre-vendita gli operatori del settore, i quali spesso utilizzano le macchine e i software soltanto al 70% delle loro potenzialità.

Questo è il motivo per cui SATO Italia, filiale nostrana della multinazionale giapponese specializzata in soluzioni di etichettatura all'avanguardia, interpreta l'assistenza tecnica come un modo per stare insieme al cliente cercando soluzioni che migliorino l'efficienza del processo di stampa. Spesso, infatti, durante le attività di configurazione di una stampante possono nascere spunti per l'ottimizzazione del sistema. Un esempio interessante è capitato durante il corso di formazione del personale tecnico di un partner fra i cui clienti c'è un'azienda di produzione di calze che, in seguito all'estensione delle attività commerciali all'estero, aveva l'esigenza di stampare etichette in diverse lingue: italiano, inglese, serbo, greco, russo e arabo. Purtroppo, il confezionamento avveniva tramite un sistema in grado di stampare un solo set di etichette costringendo a ricorrere alla stampa off-line per quelle in lingua straniera, con conseguenti rallentamenti di produzione e rischi di errore. La soluzione proposta da SATO, una stampante CL4NX con software AEP, ha permesso di automatizzare il processo di etichettatura in tutte le lingue senza dovere investire in un nuovo sistema per il confezionamento. I codici a barre 2D con gli ordini di produzione sono letti in parallelo dalla macchina di packaging e dalla stampante, che è in grado di produrre etichette in diverse lingue. Risultato ottimo in termini di efficienza per l'utente finale, in termini commerciali per SATO e per il suo partner, che hanno fidelizzato il cliente vendendogli 125 stampanti in tre anni.

Un altro esempio è l'integrazione del processo di stampa con l'ERP aziendale, sia esso SAP, ORACLE o altro. Esistono diverse soluzioni possibili per ottenere le interfacce software di collegamento fra l'ERP e le stampanti SATO, ma è necessario trovare la migliore in base al contesto. Questo tipo di supporto è fondamentale per ottenere una soluzione efficiente in tempi rapidi.

Ciò che permette l'integrazione delle stampanti SATO nei processi aziendali è AEP (Application Enabled Printing), la piattaforma software sviluppata dall'azienda giapponese e inclusa nelle sue stampanti intelligenti. Grazie ad AEP, le stampanti possono accedere direttamente alle informazioni contenute nel data base aziendale per riportarle sulle etichette, senza bisogno di un PC. Questa soluzione elimina le potenziali criticità in caso di malfunzionamento del computer e crea un risparmio sui costi iniziali, di manutenzione e gli eventuali tempi di fermo macchina.

“Il cuore dell’attività del supporto tecnico di SATO è sviluppare la cultura dei clienti, siano essi rivenditori o utenti finali, perché possano trovare, con le nostre stampanti, soluzioni di stampa efficienti, flessibili e integrabili nel sistema gestionale dell’azienda”, afferma Gabriele Brusa, Technical Support Manager di SATO Italia, “Dalla filiale italiana sviluppiamo corsi in lingua inglese per diversi paesi europei, questo è fonte di arricchimento di esperienza e di conoscenza. I corsi per i partner italiani sono in lingua locale, facilitando la comunicazione e gli eventuali approfondimenti tecnici. Importante sottolineare che, in caso di guasto, le riparazioni avvengono in Italia, contribuendo alla riduzione dei tempi di fermo macchina. Le nostre macchine sono comunque contraddistinte da elevata affidabilità, con un tasso di guasto di circa l’0,1%.”

[SATO](https://www.sato-global.com/) <https://www.sato-global.com/>

SATO, multinazionale giapponese quotata pubblicamente nella prima sezione della Borsa di Tokyo, è sempre stata una pioniera nel mondo della marcatura: nel 1962 produceva la prima etichettatrice manuale al mondo, nel 1981 la prima stampante termica e nel 2003 la prima stampante basata sulla tecnologia RFID. Negli anni si è specializzata nell’etichettatura e produce stampanti ad alte prestazioni ampiamente riconosciute per essere ai vertici del mercato e offre soluzioni combinate hardware/software studiate su misura e sempre al passo con i più recenti requisiti tecnici e ambientali. Grazie ad una perfetta integrazione tra hardware, software e consumabili SATO è in grado di connettere persone, prodotti e informazioni al mondo dell’IoT. Con più di 80 anni di esperienza e una forza lavoro globale di oltre di 5.400 persone in 26 paesi l’azienda ha chiuso il 31 marzo 2021 con ricavi pari a 109.052 milioni di Yen giapponesi (1,03 miliardi di dollari statunitensi, tasso di cambio medio di 1 dollaro statunitense = 106,10 Yen giapponesi). In Italia è presente dal 2019. I prodotti SATO sono utilizzati con successo nei settori alimentare, manifatturiero, sanitario oltre che nella GDO, nell’HO.RE.CA e nella logistica.

[SATO in Italia](https://www.satoeurope.com/it/) <https://www.satoeurope.com/it/>

Nel 2019 la multinazionale, nonostante il brand fosse presente in Italia dal 2006, decide di investire maggiormente sul territorio nazionale trasformando l’ufficio di rappresentanza in provincia di Como in una vera e propria filiale nazionale. La strategia si focalizza da subito sui servizi post-vendita per i partner con supporto tecnico gratuito, corsi di formazione in lingua italiana e interventi di riparazione effettuati sul territorio nazionale in tempi brevi. Nel 2022 inizia la fase di consolidamento grazie all’ampliamento del team italiano con figure dedicate al supporto prevendita e all’apertura di una nuova sede a Bologna.