

L'IMPORTANZA DI RFID NELLA GESTIONE DEL RETAIL OMNISCANALE

Trovare il prodotto giusto nel colore giusto al momento giusto: le stampanti intelligenti RFID SATO contribuiscono a ottimizzare la gestione magazzino di 200 punti vendita

Milano, 23 febbraio 2023

Duecento punti vendita di abbigliamento e strumentazione sportiva in Norvegia: è un esempio perfetto per testimoniare in quale modo e in che misura l'utilizzo di una stampante RFID intelligente abbia permesso di ottimizzare tempi e costi nelle attività di inventario, e inoltre, di ridurre le mancate vendite e le perdite dovute a richieste di cambi.

Il progetto RFID di SPORT 1, uno dei principali rivenditori di abbigliamento e articoli sportivi nel Paese, è nato dalla necessità di gestire in modo efficace l'inventario dei singoli punti vendita con la possibilità di sapere, in ogni momento, quanti prodotti di un determinato modello, colore e taglia sono disponibili. Un'efficiente gestione magazzino dei singoli punti vendita è fondamentale per due motivi:

- riduce le mancate vendite; spesso il cliente, che non trova in tempi rapidi la taglia e il colore del prodotto scelto, rinuncia all'acquisto
- ottimizza le attività e-commerce in quanto le spedizioni avvengono dal singolo punto vendita

La tecnologia RFID (Radio Frequency Identification), infatti, permette la lettura massiva e priva di errori delle etichette, quindi un aggiornamento rapido e frequente dell'inventario e una gestione più accurata delle scorte.

Nel caso della rete di negozi SPORT 1 l'utilizzo della tecnologia SATO ha risolto la criticità determinata dal fatto che non tutti i prodotti potessero essere etichettati con tag RFID. In alcuni casi è necessario utilizzare il codice a barre per evitare i conflitti che nascono da due RFID sullo stesso prodotto. Ogni punto vendita, infatti, pone sulla merce in ingresso una nuova etichetta, che si affianca a quella del produttore, con le indicazioni necessarie alla gestione locale della merce: prezzo, posizione nel magazzino e altro. Nei casi in cui il prodotto in ingresso abbia già un tag RFID è necessario quindi utilizzare una classica etichetta con codice a barre.

La stampante SATO CL4NX, dotata di software AEP, ha risolto questa difficoltà e permesso di gestire in modo automatico il processo di etichettatura. È stata infatti programmata per determinare, in funzione dell'etichetta del produttore, se codificare e stampare autonomamente un tag RFID o piuttosto delegare alla più piccola SATO WS4 la stampa di una semplice etichetta barcode. La stessa stampante, inoltre, accoppia il codice univoco del tag RFID assegnato nel punto vendita con l'etichetta del fornitore e invia queste informazioni al server centrale per garantire la completa tracciabilità dei prodotti.

“La soluzione AEP trasforma la stampante SATO in un nodo di rete attivo permettendole di gestire con flessibilità il processo di etichettatura e garantire la tracciabilità delle merci senza dovere ricorrere ad un PC”, afferma Carlo Bullizza, Marketing Manager di SATO Italia. “In questo caso l'utilizzo della tecnologia RFID per l'etichettatura delle merci ha dato ottimi risultati, in termini di efficienza, nella gestione del magazzino e dei singoli punti vendita. L'inventario è oggi portato a termine in 40 minuti impegnando una sola persona, mentre prima erano necessarie 10 ore di lavoro e 12 persone. Per alleggerire il lavoro del personale del punto vendita è stato anche attivato il servizio di assistenza da remoto delle stampanti che include il monitoraggio e la possibilità di prevedere, grazie al sistema di autoanalisi di cui ogni stampante è fornita, quando si stanno per raggiungere le condizioni limite di utilizzo di un componente (diagnostica predittiva). Ad esempio, un alert automatico avvisa il centro di assistenza quando la testina sta per raggiungere il numero massimo di ore di stampa e sarà necessario, a breve, sostituirla”.

..!...

./..

[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.