



19 Settembre 2016

Strategie

Acquisizioni e digitale, l'asse per crescere

La digitalizzazione dei processi è oggi una leva di business sempre più importante nelle strategie aziendali, poiché in grado di offrire vantaggi in termini di efficienza, riduzione dei costi e sviluppo.

Alphabet, la società di servizi di mobilità aziendale del gruppo Bmw, continua ad investire nel settore digitale con lo scopo di operare una trasformazione nel modo di gestire la relazione con i clienti. Tre sono in particolare i progetti che vedono impegnata la compagnia in questi mesi. In primo luogo il progressivo incremento della gestione documentale informatizzata, «il primo passo nella strada verso l'utilizzo

di sistemi aperti e integrati con clienti e fornitori — spiega Andrea Cardinali, presidente e amministratore delegato di Alphabet —. Per questo abbiamo selezionato alcuni processi che ben si prestano ad essere interamente digitalizzati, grazie anche all'adozione della firma elettronica avanzata, che garantisce ai documenti digitali integrità ed autenticità». A giugno la società ha lanciato la nuova versione del portale Amministrazione Online pensato, mentre l'app Alphabet Mobility Services «ha registrato nei primi 12 mesi dal lancio oltre 150.000 user interaction».

Il gruppo Europcar è impe-

gnato da tempo a digitalizzare il suo rapporto con i clienti business e consumer. Prima dell'estate la società annunciato l'ingresso nel capitale, attraverso il suo Lab, di Wanderio, la startup italiana che offre la possibilità di scegliere tra diverse alternative per spostarsi da un punto all'altro in funzione del prezzo e della durata del viaggio. Operazioni come questa, così come la recente acquisizione di Brunel, realtà che propone servizi di noleggio con conducente, rientrano nella strategia del gruppo, «finalizzata a fornire al mercato una gamma sempre più ampia di soluzioni di mobilità», spiega Leonardo Cesarini, sales and marketing di-

rector. Europcar ha diversificato la sua offerta da un lato lanciando il marchio low cost InterRent, 16 agenzie situate nei pressi degli scali aeroportuali, e dall'altro dando vita, da qualche mese, alla flotta Selection, un progetto rivolto ad un target alto spendente. «Grazie ad un'offerta sempre ricca e articolata, e al buon andamento dei flussi turistici registrato quest'anno e ancora oggi, Europcar sta vivendo un anno positivo sul fronte del business».

Car Server, al fine di presidiare il target privati e lo small business, si appresta invece ad aprire entro fine anno il Car Server Store di Roma, terza tappa del progetto Drive Different, i saloni dedicati al noleggio a lungo termine già operativi a Reggio Emilia e Milano. Il presidio del canale delle piccole e medie imprese dei liberi professionisti, da parte

della prima azienda del settore a capitale interamente italiano, avviene anche attraverso la collaborazione con Coop Lombardia, che ha portato il prodotto Drive Different, e dunque il noleggio a lungo termine, nel canale supermercati. Questa strategia sembra pagare: dopo aver chiuso il 2015 con un fatturato di 210 milioni di euro e un utile netto di 74 milioni, siglando il miglior risultato in oltre vent'anni di storia, «gli indicatori mostrano per Car Server una crescita anche per il 2016, sia in termini di volumi sia di auto immatricolate. Gli indici sono in linea con gli obiettivi che l'azienda emiliana si era prefissata ad inizio anno, pur molto ambiziosi», commenta l'amministratore delegato Giovanni Orlandini.

A. SAL.

© RIPRODUZIONE RISERVATA