



E T R O

Microsoft. NET contribuisce a risolvere le necessità informative dell'area commerciale di un'azienda della Moda. Grazie a un'applicazione studiata da Microsys, Etro ha informatizzato la gestione e il controllo dell'attività fieristica e ha posto le basi per interessanti sviluppi futuri.

Un protagonista del mondo della Moda

Nata intorno alla fine degli anni sessanta per opera di Gimmo Etro, l'omonima società si afferma fin dalle origini come azienda converter di tessuti per l'abbigliamento. Nasce così una produzione di stoffe di grande pregio realizzate con fibre nobili e naturali, impreziosite da disegni e colori innovativi di grande raffinatezza, quasi un artigianato di lusso per l'alta moda.

Nel 1981 Etro crea una linea di tessuti per l'arredamento a cui si affiancano gli accessori per il guardaroba maschile e femminile. La gamma produttiva si amplia con la pelletteria: borse e sacche da viaggio in tessuto jacquard trattato con una speciale plastificazione diventano uno status symbol dello chic anni ottanta.

Il look Etro cresce con alcune fortunate linee di accessori per la casa e complementi d'arredo che vestono l'ambiente di eleganti suggestioni e una raffinata linea di profumi.

Negli anni novanta l'azienda completa la gamma di proposte con il prêt-à-porter, impegnandosi in una ricerca stilistica con collezioni maschili e femminili ricche di inventiva. Oltre alla storica boutique di via Montenapoleone a Milano, Etro è presente in molte importanti città italiane e nelle principali capitali europee, negli Stati Uniti e in Giappone. Accordi di franchising le hanno inoltre consentito di essere presente nel mondo con altri 60 negozi.

Informazioni Generali

Profilo

Nata intorno alla fine degli anni sessanta, per opera di Gimmo Etro, l'omonima società si afferma fin dalle origini come azienda converter di tessuti per l'abbigliamento. Nasce così una produzione di stoffe di grande pregio realizzate con fibre nobili e naturali, impreziosite da disegni e colori innovativi di grande raffinatezza. Oggi Etro vende all'estero circa il 70% della propria produzione ed è presente sui maggiori mercati mondiali.

Situazione

L'esigenza di Etro era di individuare uno strumento informatico per supportare la Divisione Tessuti nelle due fiere annuali di Parigi, dove tutta la parte delle copie commissioni veniva processata manualmente circa una settimana dopo la fiera, con le inevitabili inesattezze che ne derivavano. Inoltre, servivano statistiche precise e rapide sull'acquisizione degli ordini e la possibilità di consultare il listino prezzi - che è molto complesso, con circa 400-500 pagine di carta - su un dispositivo digitale.

Soluzione

Microsys ha sviluppato la soluzione "Servizi Informatici Commerciali Divisione Tessuti", che si basa sulla tecnologia Microsoft*, con un database SQL Server che gestisce i dati estratti dall'AS/400 per rendere disponibile a un client dotato semplicemente di un browser le applicazioni sviluppate per gli utenti dell'area Commerciale Tessuti.

Partner

Microsys, Microsoft Gold Certified Partner

Prodotti

Microsoft .NET, Microsoft Windows® 2000, Microsoft SQL Server, Microsoft Internet Information Services.

Vantaggi

Le esigenze di Etro sono state pienamente soddisfatte in tempi rapidi. La piattaforma Microsoft .NET è stata particolarmente apprezzata per la facilità nello sviluppo, l'affidabilità e la garanzia di una diagnostica efficace e precisa. Anche la parte commerciale sta apprezzando la soluzione che, presto, verrà estesa ad altre aree aziendali.



"Le necessità operative erano molteplici. Bisognava leggere i codici di tutti gli articoli scelti in modo rapido e preciso, reperirne il prezzo con esattezza partendo dal codice a barre del tessuto, sostituendo un listino prezzi cartaceo relativo a oltre 2000 articoli e costituito da circa 500 pagine e, alla fine, lasciare al cliente traccia dell'incontro. Tutto ciò doveva avvenire con l'utilizzo di uno strumento estremamente maneggevole, che garantisse al commerciale e al cliente la possibilità di instaurare un rapporto costruttivo".

Alberto Sessa
Consulente per i sistemi informativi in Etro

in posizioni strategiche come Hong Kong, Singapore, Corea, Guam, Honolulu, Taiwan e Cina. Ai negozi di proprietà si accompagna, inoltre, una distribuzione mirata nei negozi multimarca più qualificati ed esclusivi del momento.

Lo scenario

Per un'azienda che opera nel settore della moda molte sono le sfide da affrontare: oltre a mantenere livelli elevati di creatività e di innovazione nei prodotti, infatti, occorre sapersi muovere nel mercato in maniera incisiva. "Questo significa avere immagine, comunicazione adeguata e la capacità commerciale di penetrare in nuove aree di mercato e mantenere le posizioni acquisite", dice Alberto Sessa, Consulente per i sistemi informativi in Etro. "Mentre in passato era possibile avvantaggiarsi di posizioni di rendita, oggi si è in discussione ogni giorno e ciò vale soprattutto per un'azienda come Etro che, due volte all'anno, ricomincia da capo, ribaltando tutto con la presentazione delle due principali collezioni. In un'azienda del settore moda esiste un'ansia esistenziale percepita in maniera palpabile da tutti, causata dalla necessità di inseguire il gusto mutevole dei consumatori".

In un'azienda con queste caratteristiche l'uso di adeguate soluzioni informatiche diventa perciò vitale.

Le esigenze dell'azienda e del mercato

Due volte all'anno Etro, con la divisione Tessuti Moda, va a Parigi per partecipare a una grande manifestazione in cui presenta le collezioni dei tessuti di alta moda, un appuntamento importante perché l'azienda imposta un primo contatto con i propri clienti e con quelli potenziali e, di conseguenza, stabilisce possibili sviluppi futuri. La sua esigenza era di sostituire i metodi convenzionali utilizzati in fiera dal personale commerciale. Il processo consisteva nella stesura manuale di una copia commissione cartacea con tutti i dati dell'articolo scelto dal cliente. "Le necessità operative erano molteplici", spiega Sessa. "Bisognava leggere i codici di tutti gli articoli scelti in modo rapido e preciso, reperirne il prezzo con esattezza partendo dal codice a barre del tessuto, sostituendo un listino prezzi cartaceo relativo a oltre 2000 articoli e costituito da circa 500 pagine e, alla fine, lasciare al cliente traccia dell'incontro. Tutto ciò doveva avvenire con l'utilizzo di uno strumento estremamente maneggevole, che garantisse al commerciale e al cliente la possibilità di instaurare un rapporto costruttivo". A questa esigenza se ne aggiungeva un'altra particolarmente strategica per Etro: era indispensabile realizzare una continuità tra il primo contatto commerciale in fiera e un approfondimento successivo, in cui lo stesso approccio poteva essere esteso alla normale attività commerciale presso gli show room o nelle sedi dei clienti. La fiera di Parigi è infatti per Etro il momento di verifica dell'interesse del mercato per la sua collezione e, dalle indicazioni e dalle scelte dei clienti, trae lo spunto per completare l'offerta integrandola anche con nuovi prodotti. Il cliente, a seguito dell'incontro, non solo identifica una gamma

di tessuti di suo gradimento, ma talvolta propone modifiche di suo specifico interesse. A seguito del contatto preso in fiera, Etro dovrà confezionare e spedire una serie di "tirelle" (le prove di tessuto esposte a Parigi) su cui si innesca la proposta commerciale che porterà a definire gli ordini, prima di campionatura e poi di produzione. Talvolta questo processo richiede di progettare nuove varianti di colore, o di utilizzare tessuti diversi, secondo le esigenze del cliente.

La scelta tecnologica

"Cercavamo quindi uno strumento che ci aiutasse a supportare la nostra Divisione Tessuti nelle due fiere annuali di Parigi, perché tutta la parte delle copie commissioni, che è indispensabile alla nostra attività, veniva processata manualmente circa una settimana dopo la fiera, con tutte le inevitabili inesattezze che ne derivavano", sottolinea Sessa.

"Inoltre, volevamo disporre di statistiche relative all'acquisizione degli ordini. E poi c'era anche un'altra necessità: quella di poter consultare il listino prezzi - che è molto complesso, con circa 400-500 pagine di carta - su un dispositivo digitale. Tutto è stato affrontato con un programma basato sulla tecnologia Web".

La fiducia riposta da tempo in Microsys, Microsoft Gold Certified Partner, ha portato Etro ad affidare a questa azienda il progetto, che aveva come obiettivo l'individuazione di una soluzione indipendente dal tipo di strumento usato, grazie ai sistemi Microsoft.

"Così avevamo la garanzia di un'applicazione che funzionasse qualunque fosse il dispositivo utilizzato, portatile, palmare o altro", precisa Sessa.

La soluzione e la piattaforma

La soluzione si chiama "Servizi Informatici Commerciali Divisione Tessuti" e si basa su un database Microsoft SQL Server che gestisce i dati estratti dall'AS/400 per rendere disponibile su un client collegato a Internet o a una rete intranet, tramite un semplice browser, le applicazioni sviluppate per gli utenti della Divisione Tessuti.

Per la prima sperimentazione presso la fiera *Première Vision* a Parigi, si è deciso di installare un PC portatile con funzioni di server e una rete wireless per connettere le postazioni dei commerciali al server, dotato anche di stampante per produrre una reportistica da consegnare al cliente al termine dell'incontro. Inizialmente si pensava di installare l'applicazione Web sui palmari, ma poi la scelta è caduta sul portatile, anche se in futuro Etro sarà libera di pianificare opzioni diverse. È stata invece confermata la scelta dell'architettura applicativa, che prevedeva la creazione di una soluzione Web e la realizzazione di una rete intranet wireless presso lo stand Etro. L'applicazione è stata sviluppata utilizzando il framework .NET di Microsoft in modo rapido e con una grande facilità di messa a punto dei programmi. Il sistema operativo Microsoft Windows 2000 utilizza i servizi di Microsoft Internet Information Services per i collegamenti e l'elaborazione Web.



"Cercavamo quindi uno strumento che ci aiutasse a supportare la nostra Divisione Tessuti nelle due fiere annuali di Parigi, perché tutta la parte delle copie commissioni, che è indispensabile alla nostra attività, veniva processata manualmente circa una settimana dopo la fiera, con tutte le inevitabili inesattezze che ne derivavano; inoltre, volevamo disporre di statistiche relative all'acquisizione degli ordini. E poi c'era anche un'altra necessità: quella di poter consultare il listino prezzi - che è molto complesso, con circa 400-500 pagine di carta - su un dispositivo digitale. Tutto è stato affrontato con un programma basato sulla tecnologia Web".

Alberto Sessa



"Con la soluzione realizzata da Microsys su tecnologia Microsoft abbiamo ottenuto un obiettivo molto ambito nel settore Moda, il 'tutto subito', inoltre sulla piattaforma Microsoft .NET convergeremo i nostri futuri sviluppi, proprio perché è rapido, anche nella diagnostica, e riduce notevolmente i tempi di lavoro".

Alberto Sessa

Consulente per i sistemi informativi in Etro

Ulteriori informazioni

Per ulteriori informazioni sui prodotti o servizi Microsoft, rivolgetevi al Servizio Clienti (02.70.398.398) o visitate il sito Web: www.microsoft.com/italy/business/

Per ulteriori informazioni su Etro: www.etro.it

Per ulteriori informazioni su Microsys: www.msys.it

"Questo sistema di accesso ai servizi Web ci ha consentito, all'inizio, di dare un servizio alla fiera e, successivamente, di sviluppare altri servizi sempre per l'area commerciale, come un'applicazione per gestire la collezione, con la creazione di tutti gli ordini interni e la gestione di tutte le richieste dei clienti dopo la fiera che, prima, avvenivano su AS/400.

Vantaggi

La grande soddisfazione in casa Etro è stata quella di aver centrato l'obiettivo e di aver optato per una soluzione facile da usare e pienamente in linea con i bisogni aziendali. L'architettura quasi completamente autoesplicativa assicura all'azienda vantaggi enormi sia in termini di tempo che di produttività. "Con la soluzione realizzata da Microsys su tecnologia Microsoft abbiamo ottenuto un obiettivo molto ambito nel settore Moda, il 'tutto subito', inoltre sulla piattaforma Microsoft .NET convergeremo i nostri futuri sviluppi, proprio perché è rapido, anche nella diagnostica, e riduce notevolmente i tempi di lavoro".

Etro ha ottenuto quindi quanto le serviva, ma altri benefici si realizzeranno nel futuro, quando l'ufficio commerciale della Divisione Tessuti potrà sfruttare tutte le potenzialità e le prospettive della soluzione, grazie agli sviluppi delle telecomunicazioni.

"Siamo comunque estremamente soddisfatti del lavoro svolto fino ad oggi", conclude Sessa. "Fra l'altro, abbiamo deciso di rendere l'applicazione visibile e disponibile tramite Internet: un nostro commerciale giapponese riuscirà a consultare il campionario e i listini prezzi via Internet, in occasione della fiera di Tokio, utilizzando semplicemente lo scanner di lettura del codice a barre, apposto sulle etichette di ogni singola tirella".

"L'esattezza delle informazioni, la facilità nel produrre statistiche, l'efficienza e l'affidabilità del sistema, apprezzato anche dai commerciali, rappresenta un risultato notevole: la soluzione sta infatti producendo un impatto molto positivo sul nostro business. Senza contare che la soddisfazione generata da questa soluzione sta portando verso un ampliamento del progetto in altre aree, con la realizzazione di un mini portale commerciale per la Divisione Tessuti. Questa esperienza, probabilmente, condurrà allo sviluppo di soluzioni analoghe anche per le altre divisioni Etro".