

### Indice

a pag. 1

#### Editoriale

a cura di Fabrizio Pistoni



a pag. 2

#### Focus on:

Arrivederci a  
SPICERSWORLD  
2011



..... 2011

a pag. 3

#### Progetti Spicers in essere:

Elite Partner:  
in FASE di premiazione



a pag. 4

#### Progetti Spicers in essere:

Il piano  
Marketing  
Spicers  
2011



a pag. 5

#### Progetti Spicers in essere:

Quando le linee d'arredo  
diventano OPTIMUS



a pag. 6

#### Chi siamo:

il Replenishment



a pag. 7

#### News da SPICERS

## G

entile Cliente,

dopo qualche mese di pausa ritorna Spicersnews e con esso per me il piacere di poter "scambiare qualche riga" con voi. Ci eravamo lasciati prima dell'estate con una situazione economica e finanziaria difficile in Europa e nel mondo intero, ma nella quale si ricominciavano a vedere i primi segni di miglioramento. Oggi i principali indicatori economici ci dicono che siamo fuori dalla recessione ma anche che la ripresa stenta a trovare un passo sicuro. Se fino alla crisi in Grecia aleggiava un sempre cauto ottimismo, oggi le aspettative di crescita in Europa si sono deteriorate un po' ovunque, in particolare a causa delle politiche fiscali che si delineano all'orizzonte. Nel contesto generale l'Italia si sta muovendo in linea con le politiche di rigore messe in atto dai Paesi europei con i maggiori problemi di bilancio pubblico.

Le previsioni ormai sembrano convergere per il 2010 e il 2011 su una crescita del PIL intorno all'1%, crescita non sostenuta da una domanda interna ancora bassa, in gran parte a causa degli elevati tassi di disoccupazione che non sembrano destinati a scendere fino al 2012.

Notizie abbastanza buone arrivano dal fronte della domanda estera e da quello del "business sentiment" che ha mostrato miglioramenti incoraggianti con possibili ricadute positive sul fronte delle future decisioni di investimento. E il nostro mercato? Gli amati Prodotti per l'Ufficio come si stanno muovendo e quali le prospettive? Dopo un 2009 disastroso che ha fatto registrare perdite intorno al 15%, i primi 6 mesi del 2010 hanno solamente ridotto la picchiata con le vendite globali ancora in sofferenza, anche se con tassi stimati di decrescita intorno al 3/4%. Il mese di settembre, appena trascorso, sembra aver segnato un punto di svolta riportandosi su valori simili a quelli dello scorso anno. Che sia un importante segnale e che preluda ad una fine d'anno durante la quale rivedremo, dopo circa 9/10 trimestri, il segno "+"?

Presto per dirlo, ma credo che possa essere realmente così.

Con livelli di disoccupazione stabili (seppure sui livelli più elevati degli ultimi anni) ed un leggero miglioramen-

to della domanda grazie al traino delle esportazioni, molte delle piccole e medie aziende, vostre clienti, avranno la necessità di ritornare a consumare per sostenere la, seppur modesta, ripresa delle attività. Altro segnale importante e da leggere, questa volta, in senso positivo, è quello inflazionistico. Tra la fine del 2010 ed in particolare l'inizio del 2011 il nostro settore sarà caratterizzato da significative revisioni verso l'alto dei prezzi da parte dei principali produttori e distributori. Tale fenomeno riguarderà tutta la catena e potrà/dovrà essere ribaltato sui consumatori finali, aziende e privati che siano.

Non abbiate paura ad aumentare i vostri prezzi, sarete in buona compagnia e non rischierete così di buttare al vento una delle poche occasioni che il mercato vi sta presentando. Sapete poi che avete un'altra buona ragione per chiedere ai vostri clienti di remunerare correttamente il vostro lavoro: grazie alla partnership con Spicers siete nelle condizioni di offrire il miglior assortimento di prodotti per ufficio oggi sul mercato, con un servizio che non ha nulla da invidiare a quello dei principali operatori nazionali ed internazionali oggi presenti in Italia.

E aggiungo un'ulteriore riflessione: per coloro fra di voi che, anche seguendo i nostri consigli ed implementando il nostro modello, sono riusciti a snellire le proprie strutture economiche e finanziarie, l'aumento di ricavi si trasformerà anche in maggiore profitto accompagnato da "sana" liquidità.

Per concludere vi anticipo che, dopo il grande successo della scorsa edizione, anche nel 2011 organizzeremo per voi Spicersworld. L'evento avrà luogo l'11 e il 12 marzo a Milano e sarà contestuale alla presentazione del nuovo catalogo Spicers.

Cominciate a bloccare l'agenda!!

Fabrizio Pistoni  
Direttore Generale



# Editoriale



# Il resoconto di un successo: Arrivederci a 2011



Il 12 e il 13 marzo presso l'Atahotel Quark a Milano si è tenuta la prima edizione italiana dello SpicersWorld. L'evento, già consolidato negli altri paesi dove Spicers è presente, si è dimostrato essere un momento importante di incontro fra Spicers, i suoi clienti ed i suoi principali fornitori.

Lo slogan delle due giornate era "Il cambiamento: la direzione per il successo", e proprio su questo tema era incentrato l'intervento del nostro Direttore Generale, Fabrizio Pistoni, che ha illustrato la situazione economica italiana generale e nel mercato dell'of-

fice supply, che ha registrato un forte calo nell'anno 2009, e, contrapposti a questo trend negativo, i risultati ottenuti da Spicers (aumento nel 2009 del 20% del proprio fatturato, crescendo del 37% in più rispetto al trend del mercato del settore). La vera ragione del successo, come ha esposto Pistoni, è da riscontrare nel Business Model di Spicers e nel cambiamento che esso ha comportato all'interno del mercato. Punto di forza poi, oltre a un ottimo livello di servizio, è la creazione di forti sinergie tra Spicers, i fornitori e i clienti e, proprio sul tema delle sinergie e dello spirito di squadra, è intervenuto Julio Velasco, guest speaker dell'evento. Grande allenatore della nazionale italiana di pallavolo degli anni 90, Velasco ha illustrato come è riuscito ad

ottenere straordinari successi a livello internazionale, nonostante un team fino ad allora mediocre: attraverso il forte spirito di squadra creato è riuscito a massimizzare le capacità di ogni singolo giocatore, mettendo le doti di ciascuno in primis al servizio della squadra.

Tanti i fattori e le offerte che hanno fatto sì che Spicersworld risultasse un successo:

- 64 stand espositivi dei principali produttori, dove poter chiedere informazioni e confrontarsi su tutti i prodotti presenti nel catalogo
- una sessione

di training dedicata alla presentazione del catalogo 2010 con le sue novità, in termini di specifiche tecniche, layout e di gamma prodotti

- le sessioni di training dalle tematiche concrete e utili al business, quali l'utilizzo del catalogo e degli strumenti di e-commerce e l'attività di pricing
- momenti di svago: un casinò virtuale nell'area espositiva
- ricchi premi ai partecipanti, tramite una lotteria giornaliera che ha distribuito scooter, week-end in capitali europee e televisori

e, soprattutto, la possibilità di incontrarsi e confrontarsi con altri dealer, con i produttori e con tutto il personale Spicers.



## Un po' di numeri

- **1150 visitatori**
- **64 stand espositivi**

**Dai vostri questionari valutativi è risultato che:**

- **il 90% dei partecipanti ritiene positiva la sua esperienza**
- **il 78% dei partecipanti consiglierebbe la partecipazione ad un suo collaboratore**
- **il 75% di coloro che hanno partecipato ad una sessione di training le ha ritenute utili e ben costruite**
- **i servizi di supporto (pranzo, parcheggio, attività di svago) hanno riscosso gradimento (80%)**
- **il 96% ha apprezzato la strategia di comunicazione**
- **solo il 2% dei partecipanti ha risposto che non ritornerà l'anno prossimo.**



**Stiamo già lavorando all'edizione 2011....  
Ti aspettiamo!!!!**



# Siamo in FASE di premiazione



Venerdì 14 maggio è stata celebrata la nascita del programma per la clientela Spicers "Elite partner" con l'adesione del primo cliente: il gruppo Fase Carta.

Il programma Elite Partner prevederà la disponibilità di nuovi strumenti di marketing, l'accesso a società specializzate nella ricerca del personale, l'utilizzo di liste DM e l'adesione alla consulenza organizzativa.

Il gruppo Fase Carta è nato una ventina di anni fa a Roma e in poco tempo è riuscito a diffondersi su tutto il territorio nazionale come uno dei più importanti fornitori d'ufficio indipendenti, la strategia vincente ha puntato molto sulla diversificazione dell'offerta e su differenti canali commerciali:

- il canale tradizionale di vendita con la presenza del classico agente commerciale
  - il canale B2B tramite il portale e-procurement Fase-store
  - il canale B2B/B2C mediante il sito e-commerce Quimall.it
- Naturalmente grazie a questi numerosi servizi Fase Carta ha incrementato il numero dei suoi clienti, creando strumenti evoluti di vendita e ampliando la sua

offerta commerciale. Utilizzando questa strategia sono aumentate le vendite e la crescita aziendale. Alla giornata ha partecipato il personale di Fase Carta che ha potuto visitare la struttura di Spicers e il suo magazzino, valutando la qualità dei servizi offerti. In serata tutto il gruppo si è trasferito presso la Tenuta Scarpa Colombi per festeggiare il percorso di crescita del gruppo Fase Carta e della partnership strategica con Spicers, che ha aiutato l'azienda durante i momenti più difficili della crisi economica e ha contribuito a rafforzare la posizione dell'azienda all'interno del mer-

cato dell'Office Supply in Italia.

Per far onore alla nascita di questo nuovo programma di cui Fase Carta è il primo aderente, è stata consegnata al titolare una targa commemorativa, con l'augurio di sempre maggiori successi e di rafforzare sempre di più questa cooperazione voluta fortemente da entrambe le società.

L'elemento che differenzia questa azienda rispetto alle altre è il know-how, l'ambizione, la professionalità, l'intraprendenza e la passione per crescere, tutte qualità che portano ovviamente a risultati di rilievo.



# Il Piano Marketing Spicers 2011: IL TUO PIANO MARKETING

Spicers supporta l'attività dei propri clienti, realizzando per loro un piano di marketing con la preparazione di promozioni diversificate e definite nei vari periodi dell'anno.

Un piano marketing formalizzato, pianificato e strutturato, ti permetterà di pianificare con specifiche tempistiche le tue attività di marketing e di conseguenza quelle commerciali. Formulato in contemporanea con l'attività di prenotazione del catalogo, questo piano marketing ti permette di dare molto focus alla pianificazione: occorre fermarsi e riflettere su quali sono gli obiettivi commerciali dell'anno, quali sono le categorie e la tipologia di clienti con i quali si vuole ampliare il business, se si vuole fare prospection e, in tal caso, darsi un obiettivo in numero di nuovi clienti. Tutti gli strumenti li offre Spicers: l'esperienza e i numeri registrati negli anni precedenti hanno portato alla definizione della seguente offerta:

#### 4 Cataloghi Promozionali:

**Operazione convenienza:** 2 pubblicazioni all'anno, una selezione di prodotti trasversale su tutte le categorie (esclusi gli EOS), con novità, offerte esclusive e regali

**Oltre la scrivania:** 1 pubblicazione, una selezione di prodotti di servizi generali, pulizia ed igiene, arredo, organizzazione ufficio e comunicazione visiva, che ti permetteranno di ampliare il tuo business con prodotti ad alta marginalità

**Opportunità 5 Star:** 1 pubblicazione, una selezione di prodotti a marchio 5 Star, che ti permetterà di offrire prodotti di grande qualità ma primi nel prezzo

#### 5 Promozioni d'acquisto:

**L'offerta del mese:** offerte mensili mono-categoria prodotto

**Le occasioni IT:** stampanti, fax, prodotti di elettronica e di informatica in offerta

**Eco-Ufficio:** selezione di prodotti eco-sostenibili a prezzi vantaggiosi

**Tutti a scuola d'occasioni:** selezione di prodotti per la scuola, a prezzi interessantissimi

**Grandi occasioni sotto l'albero:** prodotti natalizi e regalo, incluse novità prodotto

**Promo monobrand:** promozioni varie costruite insieme ai produttori, per darti ulteriori sconti e vantaggi durante l'anno

Collegandoti al sito [www.spicers.it](http://www.spicers.it), nella sezione "Per il cliente" "Piano marketing 2011", potrai trovare maggiori informazioni dettagliate in merito alle diverse iniziative.

Attraverso questi strumenti già pronti, pensati e realizzati per la tua attività, Spicers ti permette ancora una volta di concentrarti sulla parte attiva del tuo business.



### Il calendario del Piano Marketing

2011:

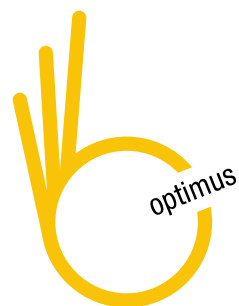
un anno di vere occasioni!

Mese	Gen.	Feb.	Mar.	Apr.	Mag.	Giu.	Lug.	Ago.	Sett.	Ott.	Nov.	Dic.
<b>CATALOGHI PROMOZIONALI (da ordinare)</b>												
Operazione Convenienza		■	■	■					■	■	■	
Oltre la scrivania										■	■	■
Opportunità 5 Star							■	■	■	■	■	■
<b>PROMOZIONI D'ACQUISTO (per tutti i clienti)</b>												
L'offerta del mese	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Le occasioni IT	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Eco-ufficio					■	■						
Tutti a scuola d'occasioni						■	■	■	■	■		
Grandi occasioni sotto l'albero										■	■	■

STAMPATI

IN DIGITALE (file formato PDF e WORD)

# QUANDO LE LINEE D'ARREDO DIVENTANO OPTIMUS



Dallo scorso settembre, con il lancio del **Catalogo Arredo 2010-2011**, sono disponibili le nuove linee d'arredo Optimus. Le linee proposte sono:

- ★ **Linee d'arredo operative**
- ★ **Linee d'arredo direzionali**
- ★ **Reception**
- ★ **Armadi e librerie**

La gamma dei prodotti di arredo si è arricchita quindi del marchio esclusivo Optimus, prodotto da Italian Furnitrade, che garantisce qualità italiana a prezzi competitivi.

Le motivazioni per l'allargamento della gamma arredo con i prodotti Optimus vengono dalla considerazione che sul mercato esistono spazi effettivi per nuove opportunità di business, anche e specialmente per operatori non specializzati. In particolare questi operatori (quali molti dei clienti Spicers),

con prodotti economici ma di qualità, ingegnerizzati per un semplice e facile montaggio, consegnati in 24/48 ore in imballi sicuri e garantiti, possono rendersi altamente competitivi e avvicinarsi a un mercato "nuovo", garantendosi ottime marginalità. Per questo Spicers ha scelto Optimus.

Per semplificare l'approccio dei propri clienti a questa nuova opportunità di business, Spicers, da novembre, organizza, in collaborazione con il fornitore partner:

- corsi di formazione gratuiti per la presentazione e la vendita dei prodotti Optimus aperti a tutti i clienti interessati
- distribuzione delle campionature colori dei prodotti della gamma
- soluzioni d'arredo preconfezionate (disegni tecnici)

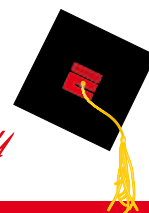
Una nuova opportunità per il cliente per puntare a una crescita strutturata del proprio business.



## IL CALENDARIO DEI NUOVI CORSI

**SPICERS**

*Sales Academy*



Corso	Obiettivi del corso	Destinatari	Data
<b>BIG BOOK PRESENTATION &amp; E-COMMERCE</b>	Utilizzare il catalogo e l'e-commerce per estendere l'offerta e vendere prodotti a più elevata marginalità	Venditori e Commerciali interni al punto vendita	26 novembre 2010

Progetti Spicers in essere

# Il Replenishment Stock Control



Il nostro ufficio è composto da un team di 4 persone, attualmente tutte donne: 1 Replenishment Manager e 3 Replenishment Specialist. Insieme, tutte e 4, gestiamo lo stock per tutti gli oltre 12.000 prodotti presenti a catalogo.

Il nostro principale compito consiste nel mantenere il corretto livello di stock per contribuire al raggiungimento degli obiettivi aziendali in termini di rotazione dei prodotti e di assicurare ai nostri clienti la disponibilità della merce necessaria all'evasione dei loro ordini.

Il contatto diretto con tutti i nostri fornitori, la stretta collaborazione con i reparti commerciali (Customer Service e Merchandising) e l'assiduo lavoro di analisi dei dati aziendali, ci consentono una buona conoscenza del mercato e delle logiche che ne regolano gli andamenti; tutto ciò, unito all'utilizzo di strumenti avanzati di approvvigionamento e alle spiccate capacità organizzative e relazionali di ognuna di noi, ci permette di poter offrire ai nostri clienti un livello di servizio in termini di linee d'ordine evase sempre oltre il 97,5%. Per fare ciò svolgiamo diverse at-

tività nell'ambito dello stock control:

- Controllo assiduo del livello di servizio e delle rotture di stock con monitoraggio giornaliero degli eventi che influenzano i livelli di disponibilità del nostro magazzino
- Attività di programmazione ed emissione degli ordini ai fornitori per tutti i prodotti dell'assortimento: attraverso uno strumento avanzato di replenishment e avvalendoci dei database aziendali, determiniamo i forecast di acquisto sui diversi prodotti; piazziamo gli ordini ai fornitori programmando le consegne e monitorandone il buon fine
- Gestione dei rapporti con i fornitori per tutto ciò che riguarda il lato logistico (approvvigionamenti, disponibilità prodotti, programmazione consegne, rilevazione del livello di servizio offerto, risoluzione dei problemi di ricevimento merce, ecc...)
- Gestione del ciclo di vita del prodotto in collaborazione con i Category Manager
- Calcolo e controllo dello stock in eccesso
- Supporto al Customer Service per il controllo delle disponibilità prodotti, per le previsioni delle date di consegna e per assistere

il cliente sugli ordini speciali in termini di quantità e di tempistiche di arrivo.

Nei confronti dei clienti il nostro lavoro si svolge "dietro le quinte" ma, grazie al continuo rapporto di collaborazione con il Customer Service, siamo sempre in prima linea nel cercare di offrire il giusto supporto in termini di controllo della disponibilità prodotti e dei tempi di consegna. Attraverso i reparti commerciali raccogliamo le impressioni, le richieste e i suggerimenti dal mercato; siamo sempre pronte a operare insieme al Customer Service per la piena soddisfazione delle esigenze dei nostri clienti.

Possiamo in definitiva affermare che il nostro ufficio è di stampo logistico ma con forti inclinazioni commerciali sia in modo diretto dal lato fornitore, sia in modo indiretto dal lato cliente. Per tali ragioni il nostro operato si svolge in piena collaborazione con la maggior parte degli altri reparti operativi, commerciali e amministrativi; solo in tal modo possiamo portare a termine efficacemente il nostro compito di controllo continuo dello stock. Il nostro magazzino rappresenta uno dei maggiori investimenti in termini economici e finanziari per l'azienda: il nostro magazzino è il magazzino dei nostri clienti; i nostri sforzi sono mirati al continuo miglioramento della sua composizione al fine di ottimizzare il livello di servizio offerto e di mantenere l'equilibrio tra disponibilità prodotti e investimento in capitale circolante.

# LO SAI CHE:

## News e flash da SPICERS

- è disponibile il **nuovo catalogo gadget** con un assortimento di **prodotti "invernali"**, ad un prezzo competitivo, da abbinare a tutte le promozioni che vuoi. Il catalogo è disponibile in formato PDF ed è scaricabile dalla pagina web promozionale nella sezione "Promozioni Gadget".
- Martedì 2 novembre è partita la campagna di prenotazione del **catalogo 2011**, dettagli, novità e proposte di copertine all'indirizzo <http://www.spicers.it/catalogo>
- nella pagina web dedicata alle **promozioni** puoi trovare tante proposte che ti aiuteranno nel tuo business (ad esempio: Archiviazione, Il Natale in ufficio, Ufficio d'Autunno) per essere sempre presente sul mercato con proposte promozionali davvero interessanti. Puoi trovare anche, per ciascuna promozione, diversi word personalizzabili da veicolare ai tuoi clienti
- dopo il successo della scorsa edizione, stiamo organizzando **Spicersworld 2011**, il cui tema sarà "Dal cambiamento a una crescita strutturata - Una nuova imprenditorialità". Segna in agenda le date: 11 e 12 marzo 2011!
- continuano i **corsi di formazione** del ciclo "Spicers Sales Academy", percorsi formativi certificati dedicati al personale di vendita: formazione e motivazione, per accrescere la tua capacità competitiva.
- da gennaio 2010 è possibile, per gli ordini con consegna all'utente finale, **personalizzare il DDT**: non sarai più tu a doverlo inviare al cliente ma, direttamente nell'ordine, sarà inserito il DDT con il tuo logo. In più, esiste la possibilità di inserire un bannerino da utilizzare come meglio si crede (pubblicizzare un'iniziativa promozionale, una linea di prodotti che si vuole spingere, ecc). Per ulteriori informazioni puoi contattare il tuo funzionario commerciale di zona o il Customer Service.

## PROMOZIONI IN ESSERE

# SPICERS

## UNO STRUMENTO PER AMPLIARE IL TUO BUSINESS

Inizio	Fine	Nome	Oggetto
2-nov	31-dic	Il Natale in Ufficio	prodotti natalizi e non solo a prezzo promozionale
2-nov	31-dic	Ufficio d'Autunno	prodotti di varie categorie con sconti promozionali
2-nov	31-dic	Promozione Archiviazione	selezione di prodotti per l'archivio a prezzi speciali
13-set	31-dic	Promo Tre Occasioni Dymo	macchine per l'ufficio offerte a prezzo speciale
6-set	esaurimento scorte	Occasioni- IT del mese Prodotti Netgear	prodotti per il networking a prezzi speciali
14-ott	31-mar	Catalogo Gadget invernale	nuova selezione gadget per l'inverno 2010 / 2011
5-lug	esaurimento scorte	Fuori Tutto! Speciale estate	108 articoli discontinuati dalla gamma 2009 prezzi speciali
17-mag	esaurimento scorte	Promozione Digitale Terrestre	8 prodotti indispensabili per il digitale terrestre
30-set	24-dic	Promo Prezzatrici Avery	prezzatrici scontate del 20 % rispetto al vostro listino
28-giu	esaurimento scorte	Promo Pet Food	cibo per cani e gatti a prezzi scontati

## BUONE FESTE DA

# SPICERS



# Cerchiamo di essere precisi. USIAMO TAGLIERINE AVERY.



Se cercate la precisione, scegliete tra l'ampia gamma di taglierine Avery, progettate secondo gli standard di sicurezza europei. Avrete la certezza di avere un lavoro tagliato su misura per ogni vostra esigenza. Un lavoro che potrete svolgere con strumenti facili da usare e assolutamente sicuri.

E su ogni modello di taglierina Avery, a leva o a lama rotante, ogni componente è garantito.

Il Consumer Centre Avery è infatti a vostra disposizione per risolvere ogni problema e fornirvi i RICAMBI GRATUITAMENTE.

Basta inviare un e-mail a [consumer.centre@eu.averydennison.com](mailto:consumer.centre@eu.averydennison.com) oppure chiamare il numero verde **800-373667**.

[www.avery.it](http://www.avery.it)

