

Un servizio innovativo proposto da LC lean Consulting

Outsourcing della Supply Chain

Lorenzo Compagnoni: le PMI possono ridurre i costi logistici

Il MIT (Massachusetts Institute of Technology) definisce il Supply Chain Management (SCM) come un approccio integrato, orientato al processo per l'approvvigionamento, la produzione e la consegna di prodotti e servizi ai clienti. Il SCM gestisce le relazioni con i sub-fornitori, i fornitori, le operazioni interne, gli intermediari, i distributori, il cliente finale e comprende la gestione delle materie/semilavorati/prodotti finiti e dei flussi di informazione ed economici. L'area della Supply Chain spazia quindi dall'analisi della domanda alla consegna del prodotto finito al cliente attraversando le aree di approvvigionamenti, programmazione, gestione della produzione e distribuzione. In tale contesto, LC Lean Consulting - società di Consulenza di Direzione Aziendale operante nel

Manufacturing e nei Servizi (www.lcleanconsulting.eu) - all'interno della sua divisione di "logistica Integrata" ha aperto un nuovo canale operativo di "Outsourcing della Supply Chain".

Chiediamo al titolare, l'ing. **Lorenzo Compagnoni**, di spiegarci di che cosa si tratta e come può essere utile tale servizio alle imprese.

"Le attività di Supply Chain Management - afferma Lorenzo Compagnoni - richiedono professionalità specifiche e le PMI, pur comprendendo l'importanza di queste tecniche organizzative, le affrontano in modo parziale e non efficace.

La formula che noi proponiamo è particolarmente vantaggiosa perché dove si presentano carenze di personale e/o professionali, nei settori individuati, il nostro staff si integra con la struttura



dell'azienda ed in alcuni casi possiamo anche sopperire a carenze strutturali di sistemi informatici.

LC Lean Consulting esce dalla consulenza tradizionale e si cala nella realtà aziendale integrandosi con le strutture operative dell'azienda formulando un servizio integrato di outsourcing delle attività:

Budget (Vendite, Acquisti, Produzione, Costi industriali), Ricerca e selezione dei fornitori, Pianificazione della produzione, Logistica dei materiali interni e Logistica dei prodotti finiti. Il nostro intervento si pone come obiettivi primari la riduzione delle scorte, la riduzione dei costi, dei tempi di consegna e

dei costi logistici. Le attività di "Outsourcing della Supply Chain" si svolgono in parte presso i nostri uffici di Carpi (Modena) e in parte direttamente presso le aziende che utilizzano i servizi e con il diretto coinvolgimento nella gestione del loro personale.

L'Outsourcing della Supply Chain è uno strumento formidabile a disposizione delle PMI, perché mette loro a disposizione strumenti, professionalità, conoscenze che attualmente sono disponibili esclusivamente per le grandi aziende. Ricordo da ultimo - conclude Compagnoni - che il servizio rappresenta un costo variabile per l'azienda strettamente legato all'andamento del mercato delle vendite e degli acquisti ed è uno strumento che si usa solamente nei periodi e nelle fasi d'interesse e nel resto del periodo i costi si azzerano".

Publicata recentemente dall'Associazione Italiana Traduttori ed Interpreti

Una guida per l'acquisto dei servizi di traduzione

Uno strumento per scegliere il giusto fornitore

L'Associazione Italiana Traduttori ed Interpreti ha recentemente pubblicato una "Guida all'acquisto dei servizi di traduzione", un vademecum a disposizione delle imprese committenti per distinguere le diverse tipologie di traduzione e soprattutto comprendere l'importanza di collaborare con professionisti del settore. Ne parliamo con **Fabrice Lanfrey**, responsabile Marketing della CITI Traduzioni (www.cititraduzioni.it). "La Guida rappresenta uno strumento molto utile per orientarsi in questo mercato. Nella maggioranza dei casi il cliente ha come unico criterio di valutazione il prezzo. È lecito sapere prima quanto costerà la traduzione - spiega Lanfrey - ma in realtà i costi per questo servizio possono variare moltissimo. È bene anche sapere che, mentre una tariffa elevata non garantisce necessariamente una traduzione di alta qualità, al di sotto di un determinato livello di prezzo è molto improbabile ricevere un testo che faccia onore all'azienda e ai suoi

prodotti. Non aspettatevi che un traduttore pagato poco più di una baby-sitter sia in grado di aiutare la vostra azienda ad ottenere sul mercato internazionale l'attenzione che merita. Bisogna essere realisti!

Quando scegliete un fornitore, calcolate quanto tempo avete impiegato a sviluppare il prodotto o il servizio che desiderate promuovere all'estero. Se non potete permettervi un traduttore professionista che lo valorizzi, forse non siete ancora pronti per il mercato internazionale".

Come scegliere un buon traduttore o una buona agenzia di traduzioni?

"Nel nostro caso, CITI è un'agenzia di traduzioni con traduttori soci interni e traduttori esterni, che offre da sempre servizi di traduzioni specializzate e in tutte lingue richieste dai nostri clienti. Gli studi che offrono servizi professionali di traduzione possono apparire a prima vista più costosi, ma in alcuni casi possono offrire utili prestazioni aggiuntive (selezione del traduttore, gestione del

progetto, controllo della qualità, conversione dei file, veste grafica uniforme dei progetti multilingue, ecc.) che vi aiutano a risparmiare tempo e denaro, come giustamente recita la Guida. CITI ha selezionato e continua a selezionare i suoi traduttori e di interpreti con rigore e serietà: non tanto in base alla tariffa, ma soprattutto in base alla professionalità, agli studi e all'esperienza. Il controllo è poi parte integrante del lavoro del traduttore, nulla deve essere lasciato al caso".

Quanto è importante collaborare con un traduttore esperto?

"Anche in questo caso la Guida all'acquisto è molto utile. Più il testo è tecnico, più è importante che il traduttore conosca a fondo l'argomento. Se chiedete a cinque persone diverse che parlano la stessa lingua di descrivere un prodotto partendo da una serie di informazioni, riceverete cinque testi diversi, più o meno chiari e scorrevoli. Probabilmente sarà chi conosce l'argomento a produrre i testi migliori. Lo



stesso vale per la traduzione. I risultati più soddisfacenti nascono da rapporti di collaborazione consolidati tra il cliente e il traduttore o il team di traduttori. L'efficacia del testo prodotto è direttamente proporzionale alla durata del rapporto di collaborazione e alla conoscenza della filosofia, della strategia e dei prodotti della vostra azienda da parte del traduttore".

In sostanza cosa consiglia agli imprenditori?

"Resistere alla tentazione di "fare da sé"! - afferma Lanfrey. Scrivere e parlare sono due cose diverse. La padronanza della lingua parlata non garantisce uno stile di scrittura altrettanto apprezzabile. Anche se utilizzate comunemente il francese,

l'inglese o lo spagnolo per lavoro e trascorrete lunghi periodi all'estero, nel 99% dei casi le frasi che cercherete di mettere per iscritto suoneranno subito "straniere". È un problema? Può non esserlo quando (1) il fattore di vendita più importante è il prezzo (i clienti che guardano soprattutto al prezzo si accontentano di capire il minimo indispensabile) oppure (2) se desiderate che il vostro testo abbia un gusto "esotico". Se al contrario tenete alla vostra immagine internazionale, probabilmente otterrete risultati più soddisfacenti con un approccio meno etnico. In molti paesi l'uso maldestro o sciatto della lingua locale non risulta affatto divertente, ma anzi offensivo".