

3A SPORT: dalle origini alle sfide del futuro

CLIENTE: 3A SPORT
 SETTORE: Retail & Wholesale
 CATEGORIE DI COSTO: Trasporti

IL CLIENTE

Fondata nel 1982, 3A SPORT è un'importante realtà distributiva nel settore dell'abbigliamento sportivo in Italia, che offre al mercato nazionale i brand Nike e Converse, con un mandato esclusivo per Nike Swim e i brand del gruppo Haddad, licenziataria mondiale dell'abbigliamento da 0 a 16 anni: Hurley, Jordan, Converse e Nike.

Un percorso fatto di sviluppo e miglione, guidato da valori come passione, innovazione, condivisione e inclusione, che inizia con dieci punti vendita, cui fanno seguito il primo contratto di reseller e infine l'approdo a distributore ufficiale.

La forza e il successo di 3A SPORT si fondano su una conoscenza esperta del mercato dell'abbigliamento sportivo e su un'importante rete di qualificati partner retail.

In particolare, la significativa e solida partnership con Nike ha permesso all'azienda di sviluppare una cultura internazionale, diffondendo la filosofia del brand americano su tutto il territorio nazionale.

LA NASCITA DELLA COLLABORAZIONE CON ERA

3A SPORT da sempre investe nell'innovazione. Non si accontenta mai e crede che migliorarsi sia parte della propria mission, come confrontarsi con altre realtà, interrogarsi sul proprio lavoro, cercare di capire se sta facendo bene, cosa potrebbe fare di più. "Riconosciamo i nostri successi, - racconta il dott. Fabio Antonini, Chief Visionary Officer di 3A SPORT - *sappiamo di aver fatto un percorso di crescita, dalla nostra fondazione ad oggi, di cui siamo molto orgogliosi, ma guardiamo ai nostri traguardi raggiunti con umiltà e pragmatismo, convinti che ci siano sempre nuovi obiettivi ambiziosi da fissare. Per esempio, oggi la nostra è senz'altro una realtà 'digital oriented', ma ciò non toglie che riconosciamo ancora il valore degli spazi fisici come opportunità di incontro. Per questo abbiamo investito nella realizzazione della nostra nuova sede, dove ci troviamo oggi, e dato vita al progetto '3A District', spazi ibridi presenti nelle principali città italiane: non solo showroom, ma anche spazi di lavoro, incontro e condivisione con i nostri clienti*".

Nella fase di pianificazione degli investimenti e in ottica di crescita e continua espansione del business, in 3A SPORT si è spesso ritenuto necessario uscire dalla comfort zone, anche nel processo di verifica delle procedure di acquisto, per essere sicuri che fossero efficaci. È in questo momento che 3A SPORT ha deciso di rivolgersi a ERA.




3A SPORT: dalle origini alle sfide del futuro

IL PROGETTO

“Ciò che ci ha convinto a dar vita a questa collaborazione - ricorda Fabio Antonini - è stata la professionalità che ERA ha saputo mettere in campo. Sin dal primo momento, gli specialisti di ERA si sono presentati non come dei consulenti, ma come dei professionisti che, avendo lavorato in azienda in passato e avendo affrontato le nostre stesse sfide, erano perfettamente in grado di comprendere le nostre esigenze. L’empatia che hanno saputo mostrare nei nostri confronti è stata un fattore chiave nella nostra scelta di affidare loro l’incarico”.

Nel corso della collaborazione, gli esperti di ERA si sono focalizzati sull’analisi della categoria di costo dei Trasporti, accogliendo la sfida di occuparsi della tipologia di costi che maggiormente incide nel business model di 3A SPORT. L’obiettivo del progetto nella categoria Trasporti è stato in primis quello di ottimizzare la relazione con il fornitore esistente, per valutare eventualmente in un secondo momento di ricorrere a un nuovo fornitore.

Finora è stato generato un risparmio del 15% che è stato reinvestito nella riorganizzazione della logistica, grazie all’introduzione di una metodologia lean, volta ad efficientare i processi. I risparmi futuri, invece, saranno impiegati in ulteriori dotazioni di magazzino e risorse umane.

CONCLUSIONE

Il periodo in cui viviamo ci ha insegnato che la tenacia è tanto importante quanto la flessibilità. E a questo proposito in 3A SPORT hanno le idee chiare: il modello di business è di successo, scalabile e replicabile in altri paesi ma anche in altri settori merceologici. L’azienda vuole continuare ad adattarsi alle esigenze dei brand, alle aspettative dei clienti, ma anche dare un contributo alla comunità in cui opera attraverso progetti per la valorizzazione del territorio e l’ambiente, fondati su valori quali inclusione, attenzione ai giovani e digitalizzazione. Ne sono un esempio i progetti Just Play e 3A Campus. Quest’ultimo progetto in particolare si configura come punto di incontro ed unisce un altro progetto che 3A SPORT ha portato avanti nel tempo, cioè JP Lab. Sarà un luogo in cui i ragazzi possono trovarsi, confrontarsi, divertirsi e ricevere nuove opportunità e stimoli.

A questo proposito, commenta Fabio Antonini: “Progetti ambiziosi per i quali la metodologia efficace che abbiamo imparato a conoscere lavorando con ERA sarà fondamentale da ora in avanti: grazie all’esperienza e alla loro competenza, gli esperti di ERA ci hanno aiutato a creare un benchmark analitico e critico, a monitorare le variabili attraverso KPI appropriati per poter intervenire in maniera puntuale e sistematica in caso di criticità. In passato in alcuni reparti abbiamo spesso avuto un approccio

al processo decisionale basato sull’intuizione; ora, invece, grazie ad ERA abbiamo capito l’importanza delle decisioni basate sui numeri anche in questi comparti: la ponderazione dei dati può rivelare molto più di quanto pensassimo. Faremo tesoro dell’approccio metodologico basato sull’analisi e sui dati che abbiamo imparato da ERA, che si rivela fondamentale negli scenari attuali e che prenderà sempre più peso in vista dei nostri obiettivi futuri”.

“Da subito si è creata intesa - precisa il dott. Antonini - abbiamo condiviso un approccio analitico ed ERA è stata in grado di capire molto bene le nostre esigenze, come se ci conoscessimo da molto più tempo. Ne è scaturito un vero e proprio lavoro di squadra: dal canto nostro, siamo stati disponibili a dialogare e delegare, mentre i consulenti di ERA hanno operato come se fossero parte del nostro Team. Oltre ai risparmi generati, il principale valore aggiunto per 3A SPORT è stata la possibilità di aprirci a una modalità di misurazione dei costi e a una conoscenza del mercato che per noi erano ignote. Abbiamo imparato a conoscere meglio le offerte sul mercato, ma in primis noi stessi, e questo ci ha aiutato ad acquisire gli strumenti adeguati per condurre negoziazioni più consapevoli e scegliere i fornitori più in linea con le nostre esigenze”.

