

di Paolo Milani



# I primi dieci anni di **RP Soft**

**Fondata nel 2002, la software house specializzata nel florovivaismo RP Soft traccia un bilancio dell'informatizzazione del settore. Ce ne parla il suo presidente, Cristian Pisoni.**

Dall'esperienza pluriennale di **Cristian Pisoni** e **Lino Russo**, nel 2002

è nata **RP Soft**, una delle poche *software house* italiane specializzate nel mercato del florovivaismo e dei garden center. Etichettatura indelebile dei prodotti e delle piante, *software* gestionale con il controllo di gestione, gestione delle casse, carte fedeltà, cartellonistica nel punto vendita: sono solo alcuni degli ambiti di azione sviluppati in questi dieci anni da **RP Soft**.

Per saperne di più abbiamo incontrato il suo presidente, **Cristian Pisoni**.

**"I garden center ci hanno premiato"**

**Greenline:** Possiamo tracciare un bilancio di questi primi dieci anni?

**Cristian Pisoni:** In questi anni ci siamo affermati sul mercato e, nel grande mondo del florovivaismo, abbiamo riscosso buoni risultati in particolare nei garden center. Naturalmente operiamo anche con i produttori florovivaistici, per cui abbiamo sviluppato un *software* specifico (**Gestionale Ok! Vivaio**) ma la maggior parte dei nostri clienti sono garden.

**Greenline:** Possiamo parlare di numeri, quanti sono i vostri clienti?

**Cristian Pisoni:** Preferirei non cadere in questo tranello: i numeri che vengono forniti da tutti in questo settore non sono certificati e come tali non valgono niente e non permettono paragoni. Noi preferiamo parlare di referenze: i garden center di una certa rilevanza sono nostri clienti e la maggior parte lavora con noi costantemente da molti anni. **Se non veniamo sostituiti significa che siamo un partner affidabile.**

**Flessibilità e assistenza: i plus di RP Soft**

**Greenline:** Quali sono i plus distintivi di **RP Soft**?

**Cristian Pisoni:** Sono due fondamentali. Il primo aspetto è la **flessibilità del nostro software gestionale**. Siamo stati i primi dieci anni fa a sviluppare in SQL (*Structured Query Language* che permette di interrogare il server con una velocità molto maggiore - ndr) e a utilizzare il sistema di programmazione Delfi. Non è un caso che dopo di noi tutti i nostri concorrenti hanno dovuto ri-sviluppare i propri *software* utilizzando questi strumenti.

A proposito di flessibilità, abbiamo

sviluppato delle funzionalità innovative e specifiche per il punto vendita: il nostro *software* gestionale infatti può gestire senza problemi sia il garden center con due casse sia quello con 20 posti lavoro.

**Greenline:** Il secondo plus?

**Cristian Pisoni:** Fin dall'inizio ci siamo posti l'obiettivo di differenziarci per la qualità dell'assistenza. Non ci interessa fare vendite fine a sé stesse, ma vogliamo proporci come un partner dei nostri clienti: quando facciamo un'installazione collaboriamo con i nostri clienti per ottimizzare le soluzioni e sviluppare delle funzioni personalizzate.

Abbiamo fatto questa scelta perché spesso troviamo degli operatori "abbandonati" a sé stessi: in questi anni molti clienti si sono rivolti a noi perché erano stanchi di non avere un partner affidabile e di affidare l'assistenza a dei ragazzini.

L'assistenza di **RP Soft** è di alta qualità e utilizza tutte le forme di comunicazione possibili.

**Greenline:** In che senso?

**Cristian Pisoni:** Oltre **all'assistenza nel punto vendita e telefonica**, offriamo un servizio di **tele-assistenza** che ci permette di essere sempre colle-

gati con i clienti per intervenire in remoto e in tempo reale in caso di problemi.

Ma non solo: abbiamo sviluppato negli ultimi anni un grosso lavoro per **collegare con il web** il sistema di etichettatura indelebile e il gestionale. **Nel nuovo sito di Rp Soft** i nostri clienti possono effettuare *backup* su un'area web a loro disposizione, ricevere *newsletter*, scaricare i nuovi aggiornamenti dei *software*, trovare i *driver* utili per le installazioni, consultare i manuali, ecc. Oltre alla **tele-assistenza** abbiamo quindi creato un'area di **assistenza web** in cui i clienti, in modo autonomo, **possono trovare e scaricare moltissimi contenuti. Abbiamo inoltre integrato i social network (blog, Twitter, ecc.) per creare un dialogo costante e continuo con i nostri clienti. Non ci limitiamo alla newsletter mensile o bimestrale: vogliamo essere sempre in contatto e sempre disponibili ogni giorno.**

## Un partner prima che un fornitore

**Greenline:** Qual è il grado di conoscenza degli operatori del verde delle soluzioni offerte dal mondo dell'informatica?

**Cristian Pisoni:** Abbiamo clienti esperti, perché hanno avuto esperienze o per semplice passione personale, ma la maggior parte – direi il 90% - non ha competenze.

**Greenline:** Ci sono stati miglioramenti negli ultimi dieci anni?

**Cristian Pisoni:** Molte cose sono cambiate ma non così tanto e la conoscenza dei software gestionali è ancora scarsa. C'è ancora tanto da fare e c'è un buon 70% di punti vendita che non usano gestionali per il controllo dell'attività. Quando si parla di garden center tutti pensano ai top, ma la realtà italiana è fatta di tante piccole aziende florovivaistiche e tanti piccoli garden center, spesso a conduzione familiare o personale. In questi casi l'informatizzazione e l'etichettatura dei prodotti è ancora una frontiera.

**Greenline:** Noto anche uno scarso uso delle carte fedeltà...

**Cristian Pisoni:** È un altro tema



importante e su cui c'è molto lavoro da fare: alcuni dei nostri clienti pur avendo un sistema gestionale studiato per lavorare con le carte fedeltà non le usano.

Non vedono la carta fedeltà come uno strumento per affermare la strategia del punto vendita.

Fra l'altro noi abbiamo realizzato un sistema per le carte fedeltà che, oltre a gestire le promozioni e la raccolta punti del cliente, permette di effettuare i riaccrediti: una soluzione innovativa molto utilizzata nel mondo del commercio. Si tratta di una sorta di portafoglio elettronico che accumula sconti da utilizzare nei prossimi acquisti. Una soluzione moderna, particolarmente apprezzata da i clienti in tempi di crisi e che migliora la fedeltà: perché il cliente deve tornare nel negozio per approfittare degli sconti accumulati.

**Greenline:** Scusa se sono provocatorio, ma c'è anche una diffusa diffidenza verso le software house, forse causata proprio dalla mancanza di conoscenze...

**Cristian Pisoni:** In effetti molti dovrebbero superare l'idea che l'azienda informatica vuole fregare dei soldi. Tutti sono attenti alla gestione dell'attività del garden center, ma poi non investono negli strumenti utili per controllarla.

**Il problema è quantificare l'utilità del prodotto: molti non sanno dare un valore vero al prodotto che stanno acquistando o che tu gli proponi.** Comunque rispetto a dieci anni fa abbiamo sicuramente fatto dei passi

in avanti: nei primi tempi sembrava di essere su una giostra e molti ci guardavano come un rappresentante con l'ultimo dei prodotti interessanti per il punto vendita. Oggi non è più così.

**Greenline:** Dovreste essere vissuti come dei partner per crescere e non come dei semplici fornitori? Una specie di "sarto" che costruisce soluzioni ad hoc...

**Cristian Pisoni:** Esatto: la nostra è una vendita di servizi non di prodotti. Infatti puntiamo molto sull'assistenza e abbiamo acquisito molti clienti proprio grazie alla nostra cura nel rapporto di partnership. Perché il prodotto è sicuramente importante, ma se dietro non hai buon servizio di assistenza viene a cadere anche l'utilità del prodotto stesso.

L'informatica non è un costo ma un investimento. Molti non hanno ben compreso che non acquistano un *software* ma una licenza d'uso: dietro un *software* ci sono migliaia di ore di programmazione e personale specializzato che ogni giorno verifica eventuali *bug* e studia miglioramenti. Noi apportiamo almeno un paio di migliorie al nostro *software* ogni anno: non correzioni di errori, ma veri miglioramenti allineati con l'evoluzione tecnologica.

Per questa ragione l'inserimento di nuove postazioni di lavoro aumenta il costo del servizio: perché fare manutenzione a 2 casse ha un costo sicuramente inferiore a 20 casse.

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