



# Come acquistare un software per la logistica

SMART WEBINAR – Innovazione della Supply Chain  
23 giugno 2026

**SIMCO Srl**

Via Durando 38 - Milano

Tel. 0239325605 – Fax 0239325600

[www.simcoconsulting.com](http://www.simcoconsulting.com)

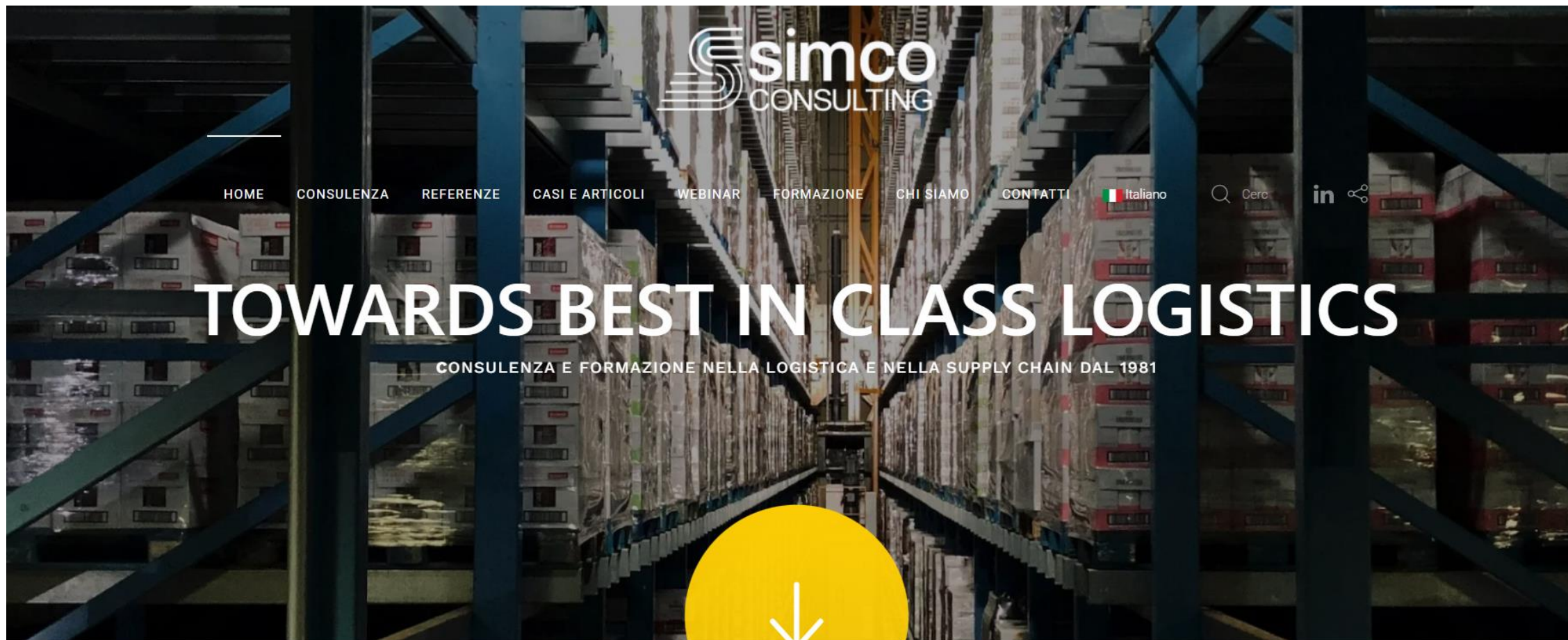
**Relatore: Michele Maffini**

*Senior Partner Consultant*

La presente documentazione è protetta dalle norme sui diritti d'autore e nessuna parte può essere riprodotta con l'ausilio di qualsiasi supporto, integralmente o parzialmente, senza esplicito consenso preliminare di Simco.

# CHI È SIMCO

*La società*



# CHI È SIMCO

*La società*



## Chi siamo

Simco Consulting è una delle più importanti società di consulenza e formazione indipendenti specializzate nella supply chain. Dal 1981, anno della sua fondazione, Simco ha sviluppato oltre 2.400 progetti per più di 600 Clienti di diverse dimensioni e settori merceologici.

In particolare le tematiche inerenti il magazzino (sia esso di asservimento alla produzione sia di distribuzione verso il cliente finale) sono il nostro core business: sviluppiamo progetti di innovazione tecnologica, miglioramento continuo e di assistenza all'outsourcing.

Dal 2018 abbiamo una Sede operativa in Francia a testimonianza della nostra vocazione ad intervenire all'estero e a collaborare con team internazionali; siamo intervenuti in Australia, Albania, Austria, Rep. Ceca, Belgio, Bulgaria, Cina, Croazia, Francia, Germania, Grecia, India, Malta, Polonia, Regno Unito, Romania, Spagna, Svizzera, Thailandia, Turchia e USA.

La nostra missione consiste nel saper coniugare

competenze e tecnologie per analizzare e migliorare processi, motivare e qualificare le Risorse Umane al fine di controllare e sviluppare le performance complessive dell'azienda.

Il nostro metodo non fornisce soluzioni standard, ma offre un approccio su misura, modellato sulle reali esigenze del Cliente ed ispirato a concretezza e innovazione. In tutti i nostri interventi applichiamo un metodo di lavoro studiato e ampiamente sperimentato, poniamo altresì una particolare attenzione anche nell'impiego di avanzati strumenti di analisi e verifica in modo da rendere i risultati dei progetti certificati da analisi complesse.

Il nostro successo nell'ambito della consulenza logistica è il frutto sia dei risultati ottenuti dai nostri Clienti, in termini di miglioramento delle prestazioni e sviluppo delle competenze, sia della costruzione nel tempo di rapporti duraturi, basati sulla trasparenza, sulla collaborazione e sulla fiducia.

# CHI È SIMCO

*La società*

## ITALIA

Simco Srl  
Via Giovanni Durando 38 Pal.3 -  
20158 Milano MI

☎ +39 02 39 32 56 05

✉ [simco@simcoconsulting.com](mailto:simco@simcoconsulting.com)

P.IVA 08570130156

## FRANCE

Simco Consulting Sarl  
12 rue Alfred Kastler  
71530 Fragnes-La-Loyère

☎ +33 (0)3 65 69 00 52

✉ [simco@simcoconsulting.com](mailto:simco@simcoconsulting.com)

TVA FR66823213798

## ESPAÑA

Simco Consulting  
C/ Can Rabia 3-5, Planta 4  
08017 Barcelona

☎ +34 93 626 4823

✉ [simco@simcoconsulting.com](mailto:simco@simcoconsulting.com)

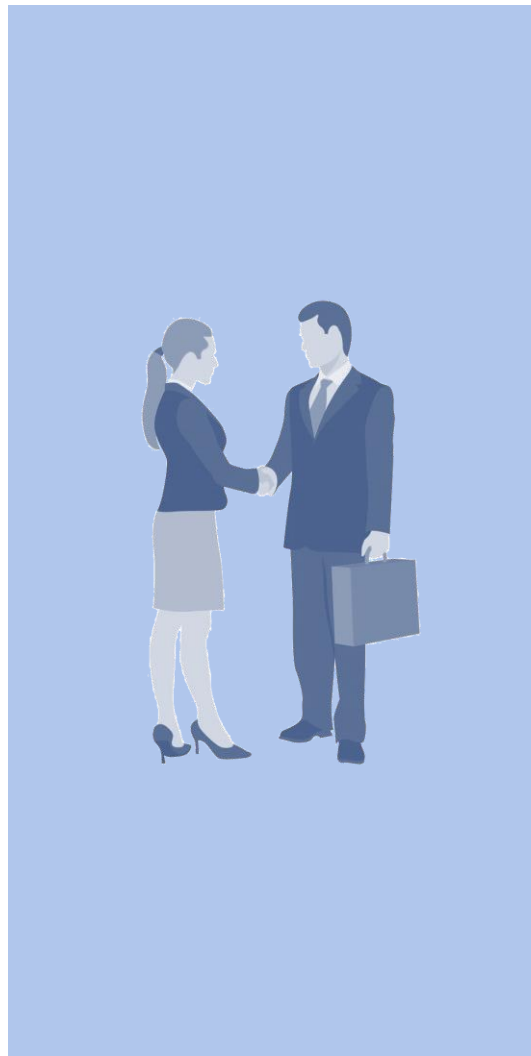
P.IVA 08570130156

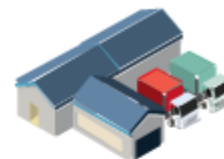
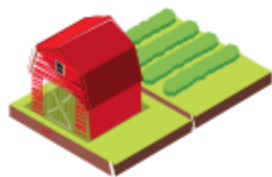


# CHI È SIMCO

Alcune delle aziende che ci hanno scelto

**INNOVAZIONE**  
Supply Chain





**FORNITORE**

**PRODUTTORE**

**GDO**

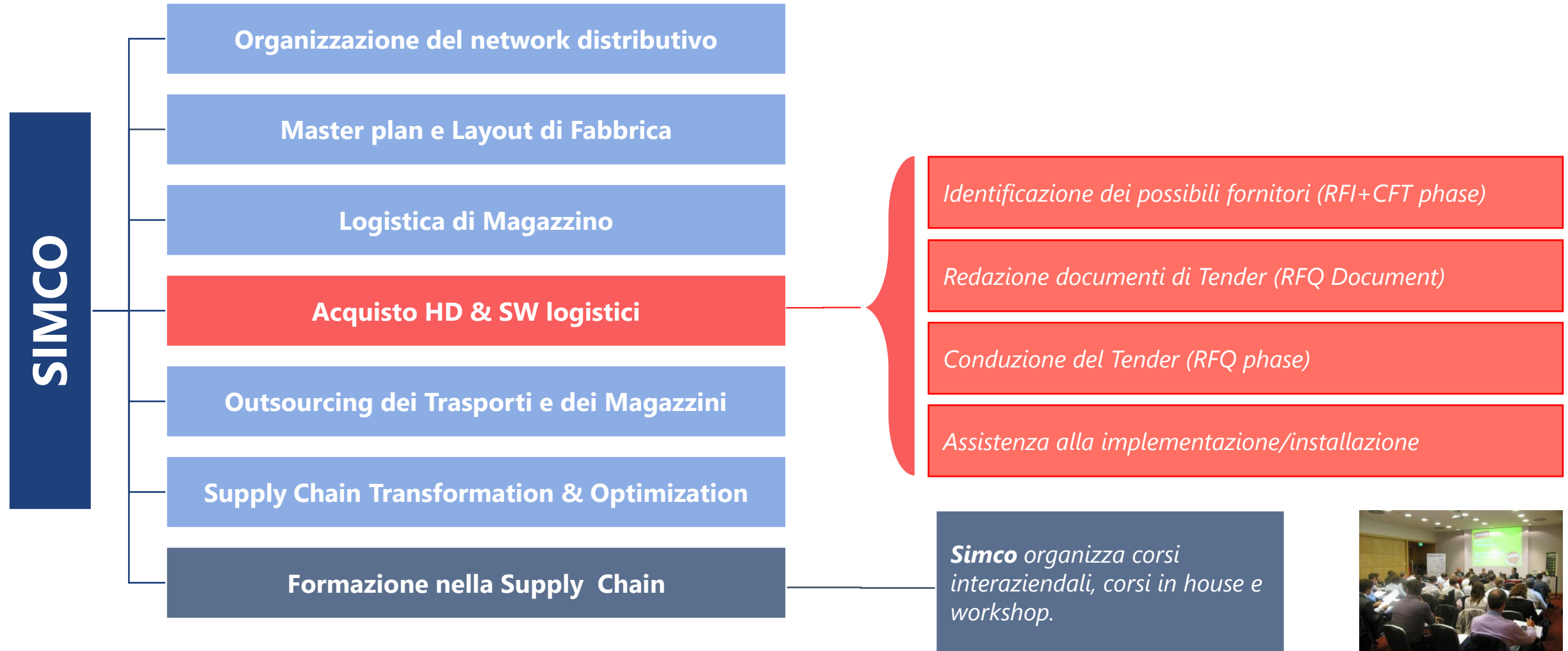


LIQUORI PER PASSIONE DAL 1814



# CHI È SIMCO

*Le nostre aree di intervento*



## *STRUMENTI INFORMATICI AL SERVIZIO DELLA LOGISTICA .....*

LA DEFINIZIONE DELLA  
STRATEGIA DI  
PROCUREMENT

LA REDAZIONE DEI  
DOCUMENTI DI GARA (RFQ  
DOCUMENT)

LETTURA,  
ARMONIZZAZIONE E  
TABULAZIONE

DEMO, TRATTATIVA  
TECNICO/ECONOMICA E  
SCELTA



# STRUMENTI IT AL SERVIZIO DELLA LOGISTICA

*Quali esigenze?*

*Quale è il grado di informatizzazione attuale della tua logistica?*

*Che tipologia di SW in ausilio necessita la mia azienda?*

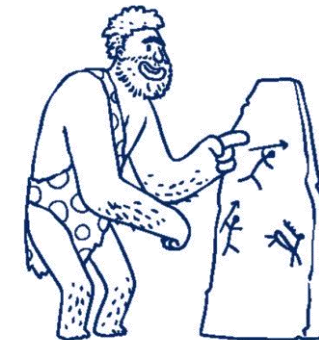
*Quali sono le funzionalità che il SW dovrà coprire?*

*Unico SW con vari moduli o vari SW verticali?*



## UN PO' DI STORIA

- Prima degli anni '70, le aziende non erano che un complesso di servizi con **funzioni separate**
- Negli anni '70, comincia l'evoluzione verso il **concetto di "sistema"** come insieme di elementi correlati (risorse umane, materiali, tecnologie, aspetti finanziari)
- I **primi MRP** compaiono nel 1975 e riguardano solo materiali e componenti, 5 anni dopo arriva la prima evoluzione che estende le elaborazioni a tutte le risorse (MPR II).
- I primi sistemi **ERP** risalgono agli anni '90
- Il **WMS** e il **TMS** cominciano a diffondersi negli anni '90, ma con un grado di penetrazione del mercato differente



## ESIGENZE E ASPETTATIVE

- Gli investimenti sono collegati ai bisogni:
  - ✓ Fai la stessa cosa, più velocemente o con meno
  - ✓ Fai la stessa cosa, ma meglio
  - ✓ Falla in modo diverso con nuove funzionalità
- I bisogni determinano il tipo di sistema informativo:
  - ✓ ...a supporto delle decisioni
  - ✓ ...a supporto della gestione
  - ✓ ...a supporto delle operazioni

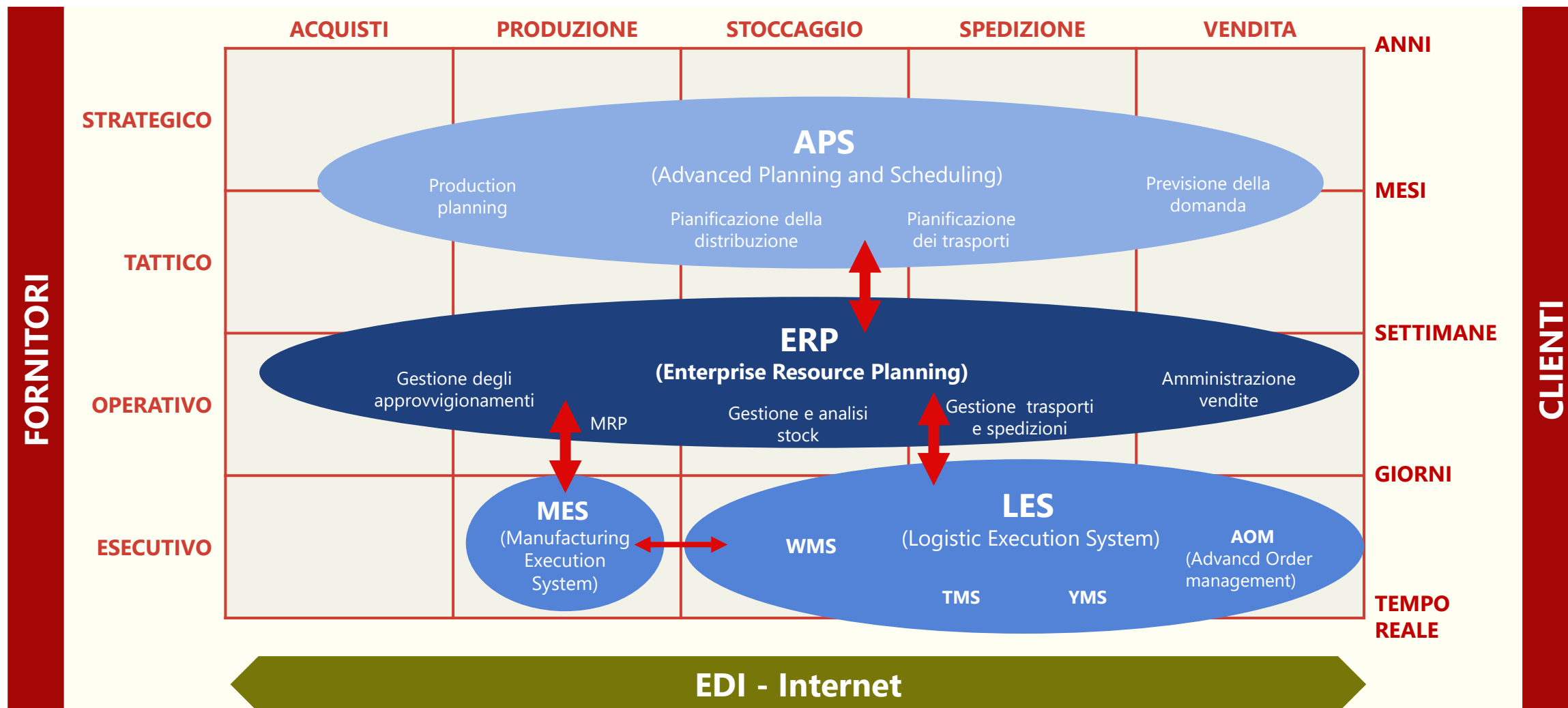
## I PRINCIPI BASE

Un sistema informativo opera su 3 livelli:



# STRUMENTI IT AL SERVIZIO DELLA LOGISTICA

*Il ruolo dei LES tra i sistemi informativi al servizio della Supply Chain*



## *Il processo di acquisto*

### Qual è il processo di acquisto?

Il processo di acquisto si riferisce alle fasi che un cliente compie quando prende una decisione di acquisto. È un viaggio che inizia quando il cliente riconosce un bisogno o un desiderio e termina quando il cliente è soddisfatto del prodotto o del servizio acquistato.

### 5 fasi del processo di acquisto del cliente

1. Riconoscimento del problema
2. Ricerca di informazioni
3. Valutazione delle alternative
4. Decisione di acquisto
5. Valutazione post-acquisto.

## *Il processo di acquisto*

### 1) Riconoscimento del problema

Il riconoscimento del problema è spesso considerato il primo e più importante passo nel processo di acquisto del cliente. È impossibile fare un acquisto senza identificare un problema o un'esigenza. Il bisogno può essere stato causato da qualcosa di interno o esterno all'azienda

### 2) Ricerca di informazioni

Dopo aver identificato un problema o un'esigenza, il cliente può passare alla fase di ricerca delle informazioni per determinare quella che ritiene essere la soluzione migliore.

L'acquirente cerca nell'ambiente aziendale interno ed esterno per trovare e valutare le fonti di informazione relative alla decisione di acquisto principale. Il cliente può ottenere informazioni da fonti scritte, visive, online o dal passaparola.

### 3) Valutazione delle alternative

In questa fase l'azienda valuta diversi prodotti in base ad attributi alternativi. L'atteggiamento del cliente è un fattore importante in questa fase. Un altro fattore che influenza il processo di valutazione è il coinvolgimento.

## *Il processo di acquisto*

### 4) Decisione di acquisto

La decisione di acquisto avviene a metà delle cinque fasi di acquisto del cliente. Il cliente ha preso in considerazione diverse opzioni, comprende i costi e i pagamenti e sta decidendo se acquistare o meno. Sì, a questo punto potrebbero ancora decidere di andarsene.

A questo punto, le aziende hanno bisogno di un senso di sicurezza. Avevano anche bisogno di ricordare il problema che li aveva portati qui in primo luogo.

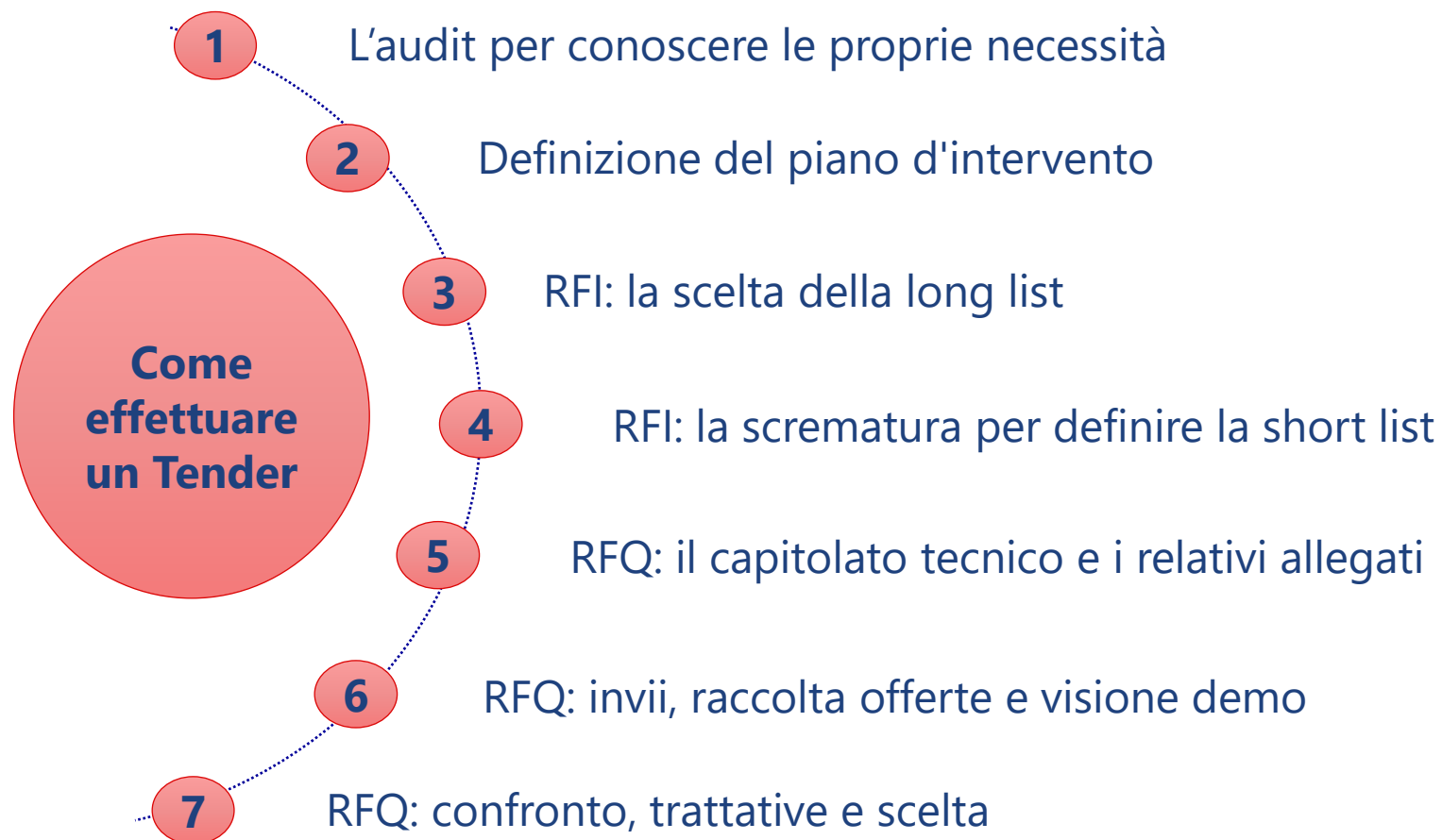
### 5) Valutazione post-acquisto

Nell'ultima fase del processo di acquisto, gli acquirenti confrontano le cose con le loro aspettative e sono soddisfatti o insoddisfatti. Di conseguenza, queste fasi sono importanti per la fidelizzazione dei clienti.

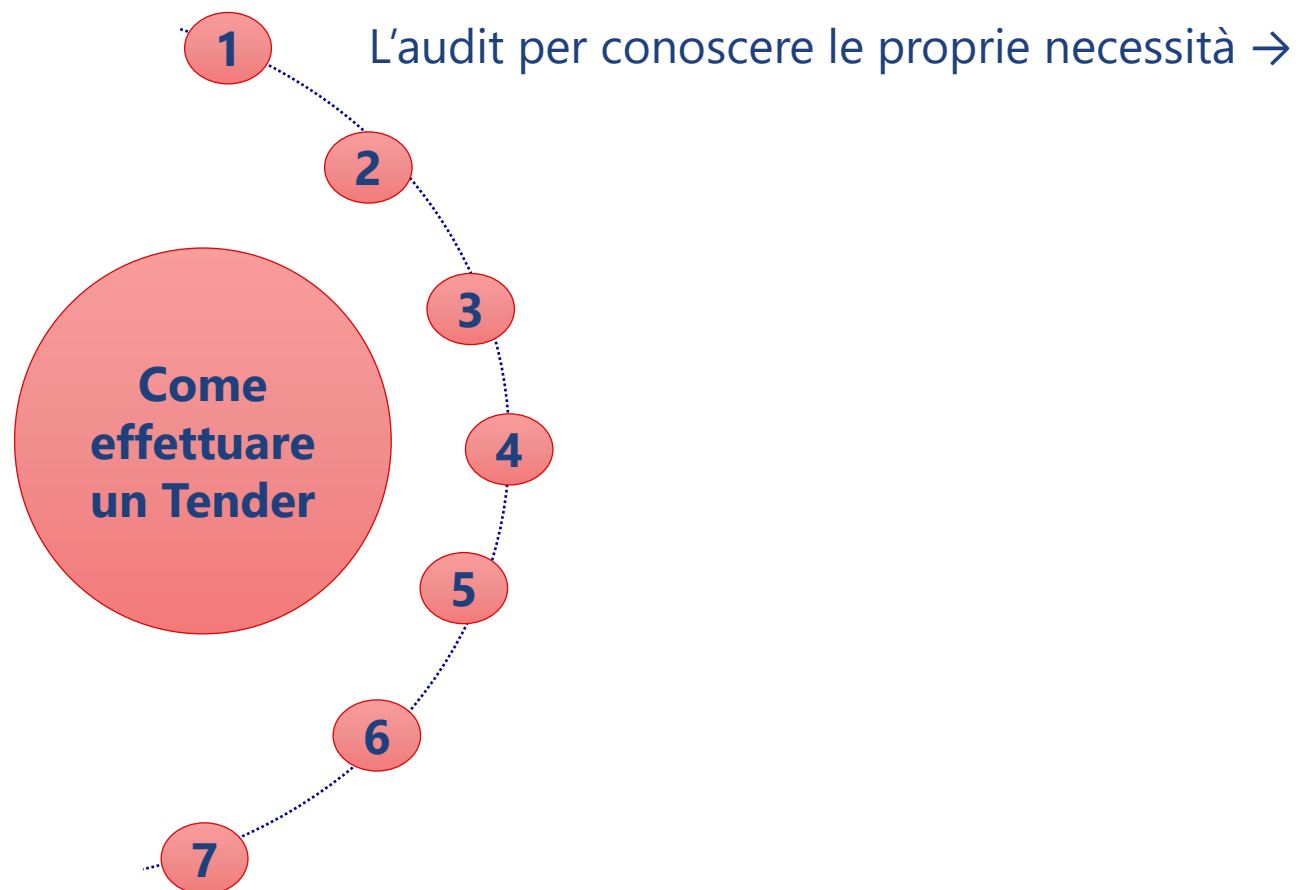
Può avere un impatto sulle fasi di ricerca delle informazioni e di valutazione delle alternative per acquisti futuri presso la stessa azienda. I clienti soddisfatti saranno fedeli al "marchio", saltando le fasi di ricerca delle informazioni e di valutazione delle alternative.

# STRUMENTI IT AL SERVIZIO DELLA LOGISTICA

*Come effettuare il Tender*



## Come effettuare il Tender



*Prima di effettuare l'acquisto del software c'è una fase preliminare e propedeutica. Ovvero valutare la situazione attuale (AS-IS), identificare i punti di forza e di debolezza e i possibili spunti/progetti di miglioramento. Sono al termine di questa fase è possibile capire se è veramente necessario l'acquisto di un software*

# STRUMENTI IT AL SERVIZIO DELLA LOGISTICA

*Prima di rivolgersi al mercato è importante quindi...*

...avere ben chiaro:

Cosa mantenere degli attuali SW

Cosa acquistare di nuovi SW

Come interfacciare i SW esistenti con i nuovi

Tra i vari SW (vecchi e nuovi) chi fa' che cosa

Con quali tempistiche realizzare il progetto

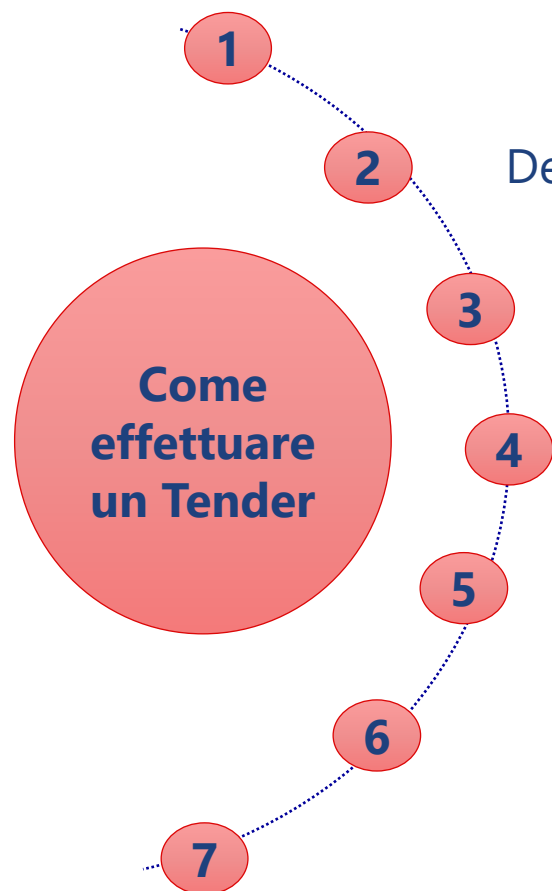
# STRUMENTI IT AL SERVIZIO DELLA LOGISTICA

*Definire le esigenze attraverso l'Audit della logistica*

## OBIETTIVO: definire i possibili interventi di miglioramento

|                       |                       |                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| AUDIT DELLA LOGISTICA | BASE DATI DI PROGETTO | <ul style="list-style-type: none"><li>• Interviste con responsabili, intermedi e operativi</li><li>• Sopralluoghi sul campo</li><li>• Raccolta dati sintetici e documenti</li><li>• Rilievo tempi e calcolo produttività d'operazione sul campo</li></ul> |
|                       | SVILUPPO PROGETTO     | <ul style="list-style-type: none"><li>• Analisi delle informazioni qualitative e quantitative</li><li>• Analisi delle evidenze del rilievo tempi</li><li>• Benchmarking secondo esperienze Simco Consulting</li></ul>                                     |
|                       | RISULTATI             | <ul style="list-style-type: none"><li>• Punti di forza e di debolezza</li><li>• Criticità rilevate</li><li>• Spunti di miglioramento</li><li>• Priorità e tempistiche di intervento</li></ul>                                                             |

## Come effettuare il Tender



Definizione del piano d'intervento →

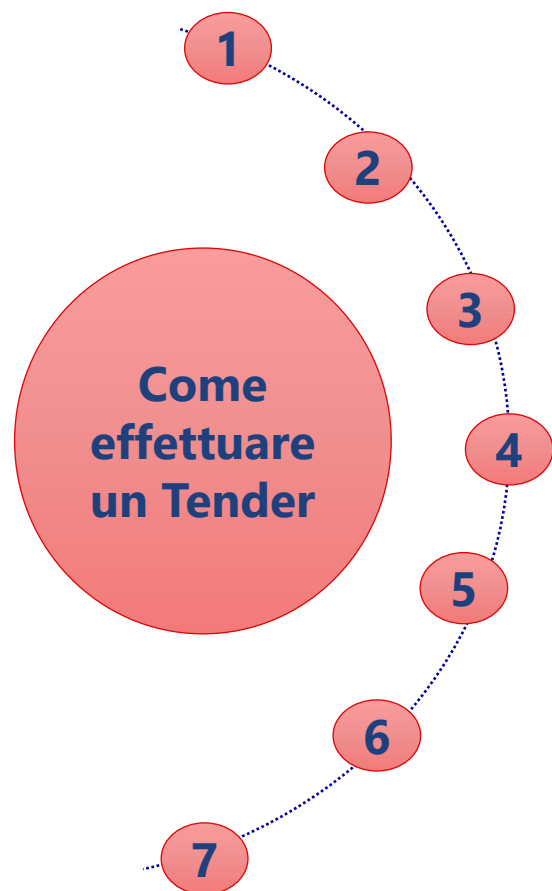
*Una volta identificato l'obiettivo, ovvero l'acquisto di un TMS, l'azienda pianifica il piano d'intervento. Si definiscono i confini, l'orizzonte temporale, l'orizzonte geografico, il totale spesa da considerare, la definizione dei business requirement / specifiche da soddisfare ed infine quali Stakeholders coinvolgere in questo progetto*

## *Definizione del piano d'intervento*

Una volta che l'azienda ha deciso di effettuare l'acquisto di un determinato software per la logistica, è fondamentale definire il piano d'intervento attraverso:

- definizione confini (ad esempio solo WMS, MES+WMS, TMS+WMS, etc.)
- orizzonte temporale (6 mesi – 1 anno – 2 anni, etc.)
- orizzonte geografico (fornitori solo di zona, italiani, europei, mondiali)
- prima ipotesi di budget
- definizione dei business requirement / specifiche da soddisfare

## Come effettuare il Tender



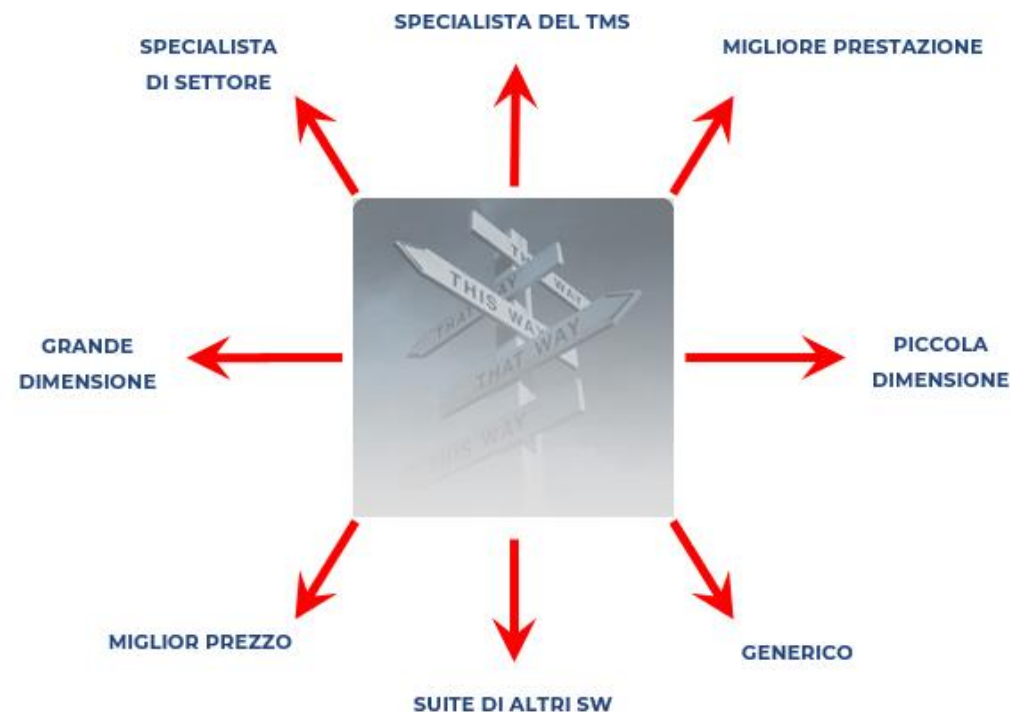
RFI: la scelta della long list →

*E' fondamentale individuare tutti i potenziali fornitori di software che possono assolvere alla reale esigenza prefissata dall'azienda. Invitare al Tender un fornitore che palesemente non ha le carte in regola oppure non invitare un fornitore che potenzialmente potrebbe essere vincente sono errori da non commettere in un acquisto così importante e vincolante per l'azienda. E' quindi consigliabile partire inizialmente da una lista abbastanza cospicua*

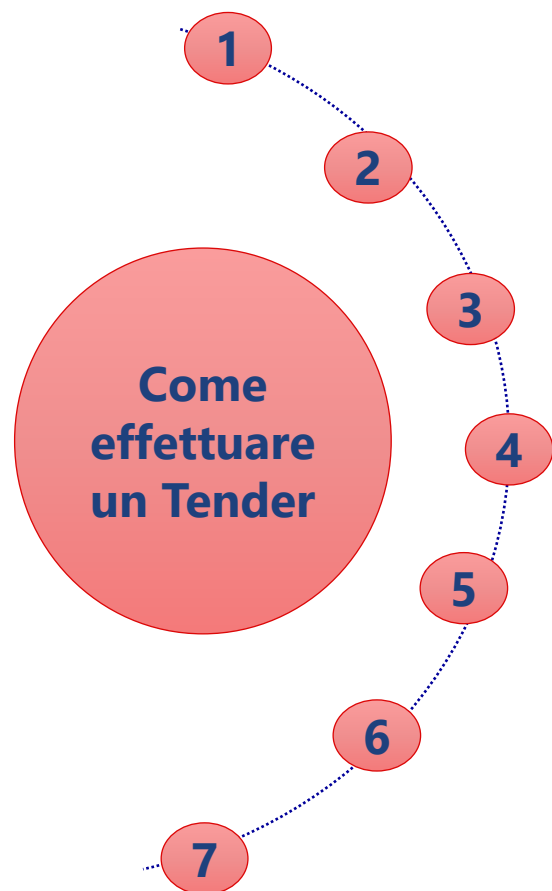
## *La scelta della long list*

Il primo passo è quello di identificare una serie abbastanza cospicua di fornitori di SW logistici affinché venga fatta una sorta di prequalifica al fine di identificare le aziende che meglio "fittano" con le esigenze del progetto in essere. In questa fase è fondamentale:

- Non dimenticarsi di potenziali fornitori "interessanti"
- Inserire fornitori che palesemente non hanno il focus del TMS
- Inserire fornitori che palesemente non possono servire il cliente (lingua differente, mancanza di assistenza, etc.)
- Inserire fornitori che per dimensione (troppo piccola oppure troppo grande) verrebbe sicuramente scartati a priori



## *Come effettuare il Tender*



RFI: la scrematura per definire la short list →

*Attraverso lo strumento dell'RFI è possibile confrontare la lista lunga di fornitori identificati al punto precedente al fine di identificarne un range più ristretto da far partecipare alla fase successiva*

# STRUMENTI IT AL SERVIZIO DELLA LOGISTICA

## *La scrematura per definire la short list*

Si procede poi all'invio dei documenti di RFI+CFT ai fornitori definiti al passo 1 (analisi del mercato) a seguito di un primo incontro conoscitivo (anche tramite call conference).

Dopo un certo tempo, stabilito dalla Committente, verranno raccolti i documenti tecnici dai vari fornitori.

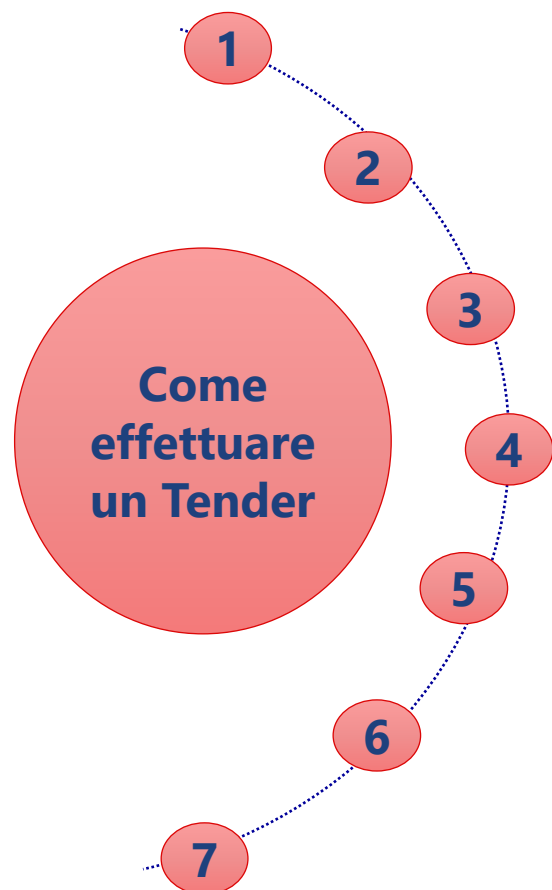
A ciascun fornitore verranno chieste eventuali aggiunte o delucidazioni e si procederà alla creazione della Score Grid comparativa dal punto di vista tecnico.

A questo punto sarà possibile identificare la short list dei fornitori da invitare alla fase successiva di RFQ

|          |                                                                                      |  |  |  | Peso       | Azienda 1 | Azienda 2 | Azienda 3 | Azienda 4 |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Dinamica |  |  |  |  | 3          | 7         | 4         | 9         | 6         |
|          |                                                                                      |  |  |  | 5          | 9         | 8         | 9         | 4         |
|          |                                                                                      |  |  |  | 5          | 8         | 7         | 7         | 7         |
|          |                                                                                      |  |  |  | 4          | 8         | 6         | 7         | 7         |
|          |                                                                                      |  |  |  | 4          | 7         | 6         | 6         | 8         |
|          |                                                                                      |  |  |  | 5          | 8         | 8         | 8         | 7         |
|          |                                                                                      |  |  |  | 5          | 8         | 4         | 8         | 9         |
|          |                                                                                      |  |  |  | 5          | 9         | 5         | 6         | 8         |
|          |                                                                                      |  |  |  | 5          | 9         | 7         | 8         | 8         |
|          |                                                                                      |  |  |  | 3          | 9         | 6         | 6         | 7         |
|          |                                                                                      |  |  |  | 3          | 9         | 8         | 8         | 8         |
|          |                                                                                      |  |  |  | 3          | 8         | 7         | 8         | 8         |
|          |                                                                                      |  |  |  | 4          | 8         | 4         | 4         | 6         |
|          |                                                                                      |  |  |  | 5          | 6         | 6         | 6         | 9         |
|          |                                                                                      |  |  |  | 3          | 8         | 7         | 7         | 8         |
|          |                                                                                      |  |  |  | 4          | 7         | 6         | 6         | 6         |
|          |                                                                                      |  |  |  | Assistenza | 5         | 8         | 6         | 7         |
|          |                                                                                      |  |  |  | 136        | 105       | 120       | 122       |           |

| Azienda 1 | Azienda 2 | Azienda 3 | Azienda 4 |
|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 21        | 12        | 27        | 18        |
| 45        | 40        | 45        | 20        |
| 40        | 35        | 35        | 35        |
| 32        | 24        | 28        | 28        |
| 28        | 24        | 24        | 32        |
| 40        | 40        | 40        | 35        |
| 40        | 20        | 40        | 45        |
| 45        | 25        | 30        | 40        |
| 45        | 35        | 40        | 40        |
| 27        | 18        | 18        | 21        |
| 27        | 24        | 24        | 24        |
| 24        | 21        | 24        | 24        |
| 32        | 16        | 16        | 24        |
| 30        | 30        | 30        | 45        |
| 24        | 21        | 21        | 24        |
| 28        | 24        | 24        | 24        |
| 40        | 30        | 35        | 30        |
| 568       | 439       | 501       | 509       |

## Come effettuare il Tender



RFQ: il capitolato tecnico e i relativi allegati →

*La redazione dei documenti di RFQ è uno dei punti fondamentali della fase di acquisto. Si redigono tutti i documenti di gara, dall'NDA per la riservatezza, dalla bozza contrattuale che si vuole far stipulare ai documenti tecnici (capitolato e relativi allegati)*

## *Il capitolato tecnico e i relativi allegati*

Una volta definita la short list dei fornitori partecipanti alla gara, si passa alla preparazione documenti per la REQUEST FOR QUOTATION che si dividono in tre principali documenti:

L'**accordo di confidenzialità** / di riservatezza → è opportuno per non incorrere nel rischio che fuoriescano all'esterno notizie confidenziali

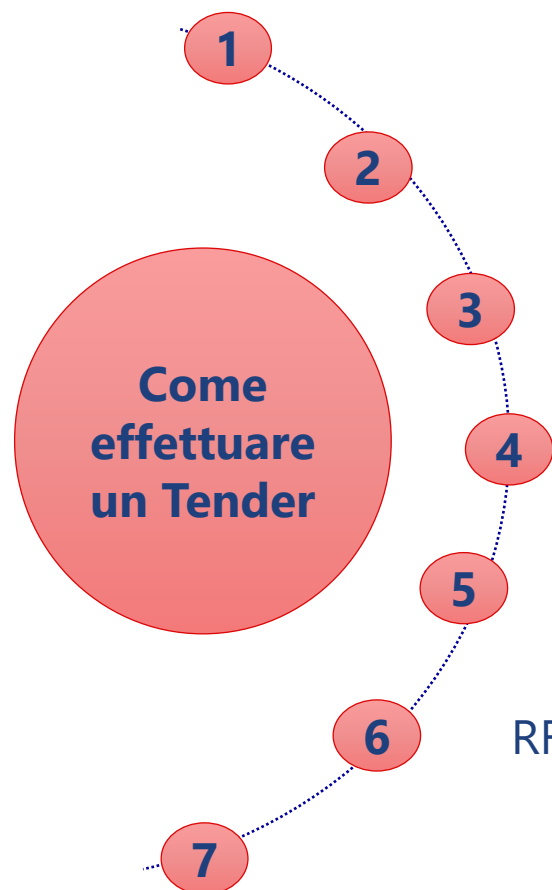
La **bozza contrattuale** → è il contratto in bianco che la Committente desidera firmare, è opportuno che questo documento sia redatto da un avvocato specializzato

Il **capitolato tecnico** e i relativi allegati → è il documento di RFQ, ossia le istruzioni contenenti le informazioni tecniche che permetteranno alla software house di redigere nel miglior modo possibile la propria offerta.

Oltre al capitolato tecnico giocano un ruolo fondamentale i rispettivi **allegati**:

- Economico
- Tecnico
- Tempistiche di progetto

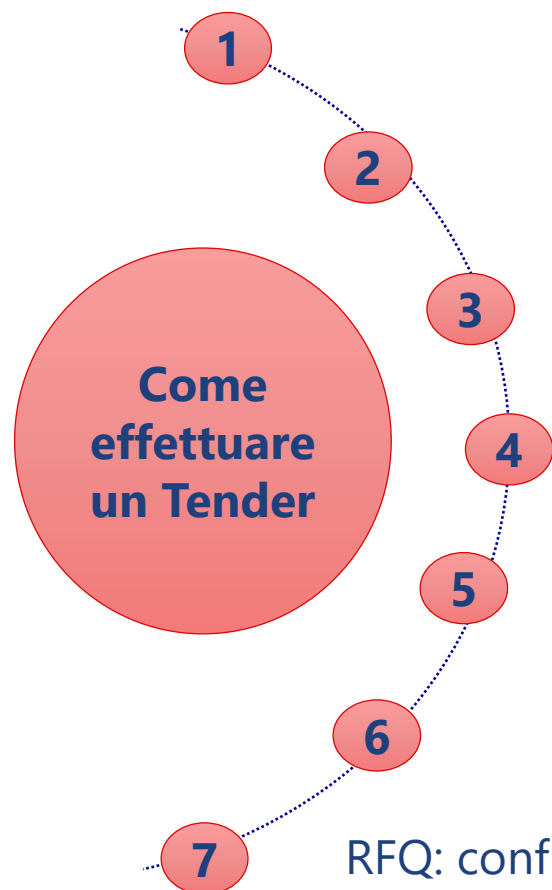
## Come effettuare il Tender



RFQ: invii, raccolta offerte e visione demo → *E' la fase esecutiva del Tender, dove si inviano prima le richieste, si supportano i fornitori, si raccolgono le offerte e si partecipa alle demo dei vari software*

# STRUMENTI IT AL SERVIZIO DELLA LOGISTICA

*Come effettuare il Tender*

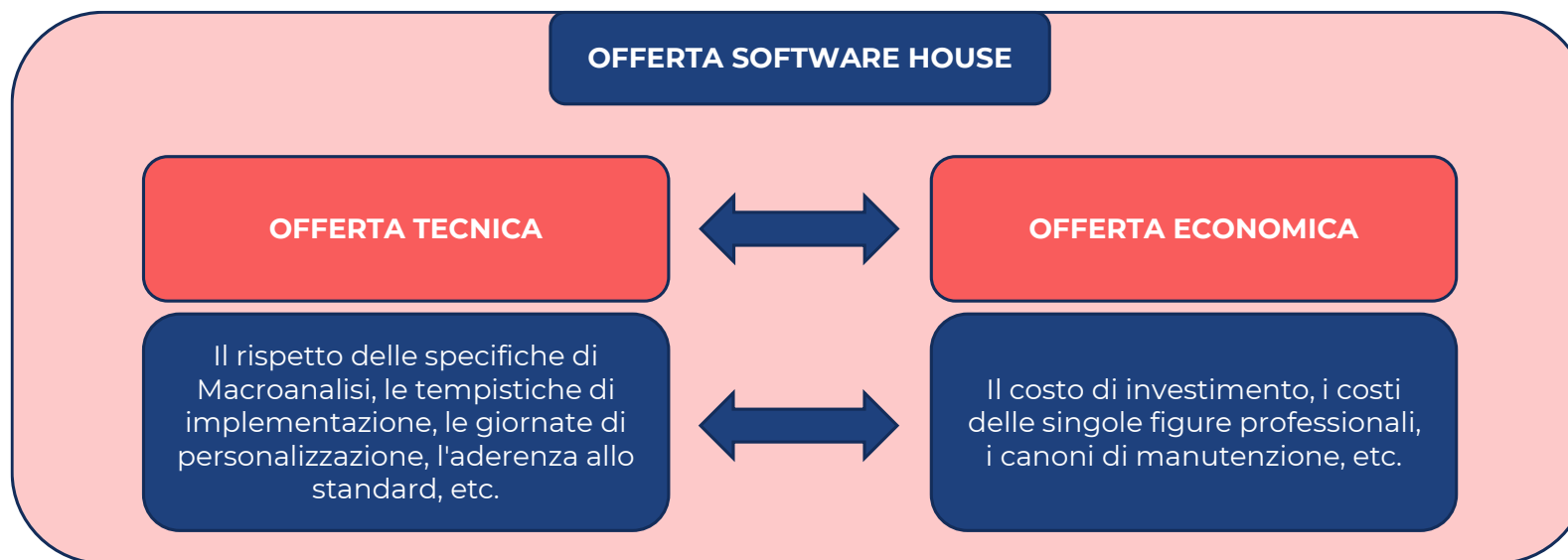


7 RFQ: confronto, trattative e scelta →

*E' la fase finale del Tender, in cui si eseguono le tabulazioni economiche e tecniche, si effettua la trattativa commerciale e si esegue la scelta finale*

## *Confronto, trattative e scelta*

Per poter dare un giudizio completo su un'offerta di una software house per un software logistico è necessario distinguere l'offerta tecnica da quella economica.



Per una buona gestione di un tender, per poter scegliere veramente il miglior contendente e per impostare una buona relazione con il fornitore negli anni futuri, è FONDAMENTALE ricevere e valutare un'offerta completa sia dell'aspetto tecnico sia di quello economico

# TENDER

*WMS sia... ma ben progettato !*



- Strumento essenziale per la logistica di oggi e ancora di più per la logistica di domani
- Risposta all'evoluzione continua della supply chain e ai vincoli organizzativi e operativi sempre più forti del nostro magazzino
- Guadagni in produttività
- Guadagni legati alla disponibilità di informazioni in tempo reale



- una buona analisi dei bisogni funzionali
- un progetto strutturato
- una metodologia precisa
- ....per scegliere e sviluppare il prodotto più adatto alle esigenze del cliente



# GRAZIE PER L'ATTENZIONE !!!



## **I miei contatti:**

E-Mail : [m.maffini@simcoconsulting.com](mailto:m.maffini@simcoconsulting.com)

Mobile : +39 335 1995413

SIMCO S.r.l. – Via Giovanni Durando, 38 – 20158 Milano  
Telefono 02 39325605 – Fax 02 39325600

[\*\*www.simcoconsulting.it\*\*](http://www.simcoconsulting.it)