



KOMUNIKAT PRASOWY

Luty 2017

Japanparts: korzenie w przeszłości, spojrzenie w przyszłość

Japanparts to ugruntowane przedsiębiorstwo, istniejące na rynku od 1988 roku, kiedy to rozpoczęło swoją działalność jako firma rodzinna. Działalność Japanparts skupia się wokół branży samochodowej i polega na sprzedaży innowacyjnych części zamiennych do pojazdów azjatyckich. Wiodącym segmentem w tej działalności są amortyzatory, a produkty oferowane przez firmę trafiają do klientów w basenie Morza Śródziemnego, na Bliskim Wschodzie i w Ameryce Łacińskiej. Znakiem coraz mocniejszej pozycji może być chociażby spodziewane już niebawem otwarcie czwartego magazynu. W zakres ambitnych założeń planu strategicznego wchodzi rozbudowa działalności działu posprzedażnej obsługi klienta oraz nieustanne poszukiwania awangardowych technologii, o które można byłoby wzbogacić katalog.

Spółka Japanparts z siedzibą w Weronie od trzydziestu lat specjalizuje się w częściach zamiennych do pojazdów azjatyckich oraz amerykańskich, funkcjonując pod brandami Japanparts, Ashika i Japko. Obecnie wszystkie trzy marki oferują na rynku w sumie około 29 000 pozycji katalogowych.

Gama produktów sprzedawanych przez Japanparts obejmuje 140 różnych rodzin artykułów, które z kolei mieszczą w sobie wszystkie typy części zamiennych, od silnika po hamulce, od sprzęgieł po części elektryczne i zawieszenie. Jedyny wyjątek stanowi karoseria. Nieustanny rozwój rynku samochodowego, wywołany dokonaniem Dalekiego Wschodu, bardzo szybko wyprowadził przedsiębiorstwo na czołówkę sektora części zamiennych automotive.

Japanparts to młoda firma, w której średni wiek pracowników to 30 lat. Struktura organizacyjna jest nieprzeciążona, zbudowana z 25 osób



pracujących w dziale administracyjnym i 70 zaangażowanych w logistykę, w całości powierzając podwykonawcom.

Roczny przychód za rok 2016 wyniósł ponad 75 milionów euro, a eksport był skierowany do ponad 70 krajów na 5 kontynentach, W latach 2014 - 2016 dokonał się wyraźny, dwucyfrowy wzrost w firmie Japanparts, tak pod względem sprzedaży na rynek włoski, jak i eksportu, i stanowi potwierdzenie trendu wzrostowego z poprzednich lat, plasującego firmę w czołówce sektora posprzedażnego, co można zaobserwować na przykładzie ilości zrealizowanych zamówień, która wzrosła o 70% za ostatnich pięć lat.

Japanparts sfinalizowała niedawno ważną operację optymalizującą zasięg firmy: poszerzono ofertę katalogową o amortyzatory, które pokrywając cały park samochodowy azjatycki i europejski, w szybkim czasie stały się wiodącym produktem, przekraczając wszelkie oczekiwania.

Palącym problemem stała się w tej nowej sytuacji logistyka, ponieważ stany magazynowe nie pokrywały zapotrzebowania rynkowego. Przy czym powierzchni obu magazynów oraz powierzchni w firmie Japanparts zdecydowanie nie można uznać za niewielką (mówimy o 20 000 m²), niemniej nie są one wystarczające, by pomieścić nowe, wchodzące pozycje magazynowe. Z uwagi na to firma otworzyła w 2016 roku nowy magazyn, mieszczący się na przeciwko starej siedziby. Powierzchnia powiększyła się o kolejnych 5 000 m², gdzie umieszczono wyłącznie ten produkt.

Poza tym na nadchodzący rok Japanparts przewiduje otwarcie czwartego magazynu, z którym całkowita powierzchnia magazynowa firmy wzrośnie do 40 000 m², co z kolei otworzy drogę do umacniania pozycji poprzez zapewnienie prędkości i gwarancji dostaw oraz zwiększy stany magazynowe, które aktualnie zaspokajają sześciomiesięczny cykl sprzedaży.

Mocną stroną przedsiębiorstwa jest możliwość patrzenia perspektywicznego i funkcjonowanie w kontekście globalnym. Spółka Japanparts jako jedna z pierwszych opracowała profesjonalny katalog z wolnym dostępem w internecie na platformie Tec Doc, z którą nieustannie współpracuje zapewniając sobie korzystne miejsce i



bieżącą aktualizację danych. Katalog web, obecny na trzech stronach internetowych (po jednej dla każdej sprzedawanej marki), dzięki dużej ilości zdjęć, wymiarów i danych technicznych ułatwia wyszukiwanie i przyspiesza proces prawidłowego określania części zamiennych, oszczędzając cenny czas operatorów. Niedawno do kategorii wyszukiwania, obok pojazdu, dołączono kategorię podwozia i numeru rejestracyjnego (zastrzeżonego wyłącznie dla dystrybutorów będących partnerem Japanparts). Systemy te wprowadzono, by stworzyć dystrybutorom możliwość weryfikowania dostępności pojedynczej części w czasie rzeczywistym i składania zamówień bezpośrednio ze swojej zakładki chronionej hasłem. Operacja ta w znaczący sposób przyczyniła się do wzrostu sprzedaży, osiągając pułap niemal 70% globalnych obrotów.

Kolejnym, niezwykle istotnym dla postępu krokiem okazała się inwestycja w materiały i technologie, w perspektywie uzupełnienia katalogu on-line o trójwymiarowe zdjęcia produktów, pokazujące część zamienną na tyle dokładnie, aby można było dokonać właściwego wyboru.

Alessandro Piazza, General Manager w Japanparts S.r.l., zapytany o źródło dynamicznego rozwoju firmy odpowiada: "Siłą Japanparts jest elastyczność, szybkie dostosowywanie się do potrzeb dynamicznego i szybkiego rynku światowego, rosnące stany magazynowe oraz wciąż redukowane koszty. Doskonalenie tego stanu rzeczy to główny cel, jaki wyznaczamy sobie na przyszłość".