



CUSTOM

INVESTE NELLA DATA INTELLIGENCE

L'azienda, punto di riferimento a livello mondiale per soluzioni di stampa e scansione in settori differenti ma sinergici, amplia l'ambito d'azione con una serie di soluzioni di data intelligence trasversali a tutte le linee di business. Ce ne parla in questa intervista il Presidente e Ceo Carlo Stradi.

Gruppo Custom è particolarmente impegnato sul versante dello sviluppo di nuove tecnologie di acquisizione e raccolta dati. In relazione al crescente processo di Digital Transformation, che ruolo strategico assegnate, in particolare, alla Data Intelligence?

Big Data, Intelligenza Artificiale e analisi KPI sono importanti quanto la capacità di ascoltare, progettare, distribuire e commercializzare. Il Gruppo Custom, caratterizzato da un expertise multi-settore in termini di offerta diversificata che spazia da Retail, Aviation, Entertainment & Hospitality, Banking & Finance passando da Self-Payment & Info Kiosk, Lotteries & Betting, amplia ulteriormente il raggio d'azione con l'obiettivo di scrivere un capitolo nuovo di innovazione attraverso una tecnologia trasversale che accompagnerà il target universale nelle soluzioni di data intelligence. Innovare significa rendere una Tecnologia di semplice utilizzo, disponibile a tutti e che migliori una situazione di vita. Il corso dell'anno ha registrato la nascita di pro-

dotti AUTO ID, totalmente trasversali alle attuali soluzioni del Gruppo. Consapevole dell'importanza di tutte le fasi del processo di vendita e della imprescindibile correlazione tra front-end e back-office, ha scelto di aggiungere tecnologie legate alla raccolta dati, ruolo fondamentale all'interno del processo di digital transformation. Se già Custom detiene una base hardware molto significativa con diversi prodotti come scanner, stampanti e registratori di cassa, i lettori barcode e i sistemi di acquisizione dati risultano conseguenti per la gestione e ottimizzazione del punto vendita in chiave strategica. La digital transformation deve partire dall'origine del dato, dalla sua interpretazione più semplice ed immediata per ottimizzare istantaneamente ed in modo semplice processi di vendita, di riordino, di gestione "intelligente" del magazzino, oltre a rispondere in modo immediato all'esigenza di leggere i dati necessari a partecipare alla prossima lotteria allo scontrino. La lotteria infatti prevede vere

e proprie estrazioni mensili con premi fino a 10mila euro e un'extrazione finale annuale con maxi-premio da un milione di euro. La nuova lotteria rilanciata dal decreto fiscale di fine anno sarà pronta ad entrare in vigore il 1° gennaio 2020, un'ulteriore attività che dovrà essere gestita dal mondo Retail. Uno scenario evolutivo ed un contesto dove la Data Intelligence non sarà più un elemento distintivo, ma il requisito minimo indispensabile per essere competitivi.

Il nostro obiettivo è partire dalla raccolta del dato offrendo una tecnologia già predisposta anche a successivi livelli di cross-correlazione del dato, dichiara; partiamo dalla raccolta dati, quelli che si generano dal normale utilizzo di scanner, mobile computer, stampanti – ma anche dalle bilance e dai POS – e dai normali processi di vendita. La nostra idea è quella di sensibilizzare i mercati per acquisire questi dati, migliorando processi di vendita e di back-end.

Di recente, proprio in questo ambito, avete lanciato una range di nuove solutions. In termini di performance, qual è il loro valore aggiunto? E quali sono gli obiettivi più qualificanti?

Oggi, Custom ha ampliato l'assortimento con la linea di barcode scanner e la famiglia di mobile computer. In particolare, l'offerta di barcode scanner prevede una gamma di 5 modelli - Scanranger - sviluppati sulla base di mercati differenti ma sinergici, dove la lettura del dato è il punto di

partenza del processo di digitalizzazione, importante quanto la stampa di uno scontrino fiscale che determina la fine del ciclo di vendita. Si tratta di device professionali, competitivi e adatti alle principali esigenze, dal design moderno, ergonomico e robusto, disponibili in molteplici versioni: per lettura 1D o 2D, corded o wireless con interfaccia bluetooth e in versione presenter, dotata di lettore omnidirezionale con rilevamento automatico. Per quanto riguarda, invece, la famiglia dei mobile computer, Custom presenta il P-Ranger full touch rugged handheld computer, evoluzione del Ranger Pro che ha registrato grande interesse sul mercato, caratterizzato da una versatilità unica, garantita dalla possibilità di differenziarlo con la presenza o meno di scanner, in funzione di modelli differenti e modulari (RP100 - RP300 e RP 340). Il terminale rugged top di gamma mobile computer con tastiera si chiama K-Ranger, prevede scanner 2D, connettività Wi-Fi e UMTS/LTE ed è disponibile nella versione Gun, con lettura sia standard che extra long range che arriva a oltre 15 mt.. K-Ranger è dotato di display multi-touch resistente agli urti e oltre a offrire performance superiori alla media è in grado di lavorare in campo aperto, anche senza copertura Wi-Fi, in funzione delle svariate esigenze di settori e mercati differenti.

Carlo Stradi, Ceo di Custom

CUSTOM®



SEGUICI IN UNA **NUOVA ERA**

CON LE SOLUZIONI DI
DATA INTELLIGENCE



LA DIGITAL TRANSFORMATION PARTE DALLA RACCOLTA DEI DATI

Custom presenta le prime soluzioni di Data Intelligence per ottimizzare i processi di vendita offrendo una correlazione semplice e immediata tra front-end / back-end, migliorando anche la gestione dei dati in ambito logistico. Si parte con l'ampia gamma di

barcode scanner e la famiglia di mobile computer. SCANRANGER, P-RANGER e K-RANGER si inseriscono nell'insieme più ampio delle soluzioni tecnologiche del gruppo Custom, con la capacità di ampliare in modo trasversale le opportunità di ogni business.



A quali targets di mercato si rivolgono le vostre nuove solutions di Data Intelligence?

Da sempre il Gruppo ha diversificato sviluppando soluzioni in mercati verticali, acquisendo anche nel tempo aziende specializzate che hanno portato un profondo know-how. Le nuove soluzioni di Data Intelligence sono state sviluppate per essere trasversali agli attuali mercati in cui il Gruppo è presente ma anche per entrare, secondo specifiche esigenze riscontrate, in mercati come Logistica, Manufacturing, Health Care, Government garantendo innovazione, prestazioni e capacità uniche di cross correlazione. La Data Intelligence è un mercato totalmente sinergico al business di Custom, per questo motivo il Gruppo ha deciso di semplificare e migliorare i processi di acquisizione e identificazione automatica dei dati individuando



nuove soluzioni personalizzate. Un'alternativa di stampa, lettura ed elaborazione integrata con un servizio a valore aggiunto costruito in funzione delle

specifiche esigenze del mercato, del canale e nello specifico dei Partner Tecnologici.

Cosa ha significato per Custom l'attivazione della Business Unit di Data Intelligence?

Un grande investimento in ricerca e sviluppo che in meno di due anni ha sviluppato l'intera gamma, un time to market serratissimo che ha dovuto tener conto di ogni parte dello sviluppo del prodotto, del canale di vendita, della promozione e di un'attenta analisi del mercato guidato da player internazionali che da diversi tempo detengono il primato in termini di market share e tecnologia. Il Gruppo ha investito moltissimo sulle persone per fare questo ulteriore passo in avanti, un anno molto intenso, una crescita non solo di fatturato, ma anche della risorsa più importante che sono i colleghi: infatti, nel corso dell'anno fiscale concluso, il Gruppo ha portato a bordo 60 nuovi collaboratori a livello worldwide arrivando così ad un totale complessivo di 680 risorse. Un anno di profonda preparazione al futuro: nuove risorse, nuovi manager provenienti dalle migliori aziende internazionali. La volontà di investire si è stata tradotta in un progetto di crescita che coinvolge tutto il Gruppo, dalle società ai singoli dipartimenti che, fino ad oggi, hanno fatto un ottimo lavoro, ma possono ulteriormente crescere acquisendo ulteriori competenze. ■