

GARANZIA3: PIÙ MARGINI AI NEGOZI, PIÙ SERVIZI AI CONSUMATORI



PASQUALE DI FEO
IT Manager di Business
Company.

Oggi, soprattutto alla luce del calo dei consumi, la soddisfazione del consumatore è diventata cruciale per il trade. Per questo il post-vendita è un'area sempre più strategica per differenziarsi dalla concorrenza e aumentare margini e sellout. È dal 1999 che Business Company SpA è presente sul mercato dell'offerta di servizi post-vendita integrati, qualificandosi come partner strategico per produttori, trade on-line, distribuzione organizzata e specializzata, con soluzioni personalizzate in tutte le fasi della vita del prodotto, in garanzia e in estensione di garanzia.



L'importanza strategica di offrire valore aggiunto nel post-vendita.

«Le nostre soluzioni soddisfano tutte le esigenze dei rivenditori, considerate le abitudini dei consumatori: da chi vuole estendere il servizio tecnico sui prodotti che acquista con Garanzia3, a chi vuole protezione per danni accidentali, con Garanzia3 Cover, passando per chi preferisce proteggere solo il display di uno smartphone (nuovo, usato o ricondizionato), con Garanzia3 Display» commenta Pasquale Di Feo (IT Manager dell'azienda). «Negli anni abbiamo investito nello sviluppo di piattaforme informatiche, pensate per i nostri rivenditori – fisici e on-line – al fine di offrire uno strumento per favorire le vendite al meglio: ciò permette, nei negozi, una creazione rapida dei codici dei servizi di estensione da parte degli operatori con il nostro webshop e anche con i siti di commercio elettronico una integrazione perfetta che genera vendite e assicura fatturati. Il sistema è stato sviluppato ad albero in modo da poter gestire gruppi di acquisto, catene, piattaforme indipendenti e singoli negozi, con la possibilità di monitorare le vendite e la opportunità di valutare gare ed incentivi tra i venditori».

LA PAROLA A PAOLO PAGIARO PATRON DEL GRUPPO ORIZZONTE – UNIPAM

«Negli ultimi decenni il marketing basato su leve di prezzo è divenuto di gran lunga il più utilizzato nelle comunicazioni verso la clientela. Ciò perché diviene sempre più arduo garantire alti standard di formazione del personale e lavorare sul servizio alla clientela. Ma questa è la sfida per una azienda a livello familiare come la nostra: i clienti non hanno solo bisogno di acquisti convenienti, ma di acquisti sicuri e garantiti nel tempo. C'è bisogno di personale che sia il tramite della soddisfazione di questi bisogni, e che quindi sia consapevole del proprio ruolo nel processo di vendita. In questo senso, tendere a migliorare le performance di vendita del prodotto Garanzia3 è per la nostra azienda anche il termometro di quanto efficace è la formazione interna e la misura della partecipazione del personale coinvolto. Oltre che, ovviamente, avere clienti più protetti e fidelizzati. Certamente solo un cliente ben informato e assicurato accetta di aggiungere costi alla propria spesa preventivata. Ogni forma di abbinamento e di agevolazione all'acquisto degli elementi aggiuntivi al prodotto principale, siano essi Garanzia3 o la consegna a domicilio o l'installazione con nostro personale, agevola l'accettazione del cliente di un



PAOLO PAGIARO
Patron del Gruppo Orizzonte.



maggior budget di spesa. Il livello di soddisfazione ex-post che però registriamo è molto alto. Chi ha testato una volta il servizio di estensione, tende a ripeterlo e a consigliarlo. Questa per noi è la vera fidelizzazione. Le criticità sono legate all'enorme offerta commerciale oggi disponibile, sotto le forme più svariate, a qualunque consumatore, di qualunque età. I livelli di fidelizzazione sono difficili da mantenere e le aspettative dei clienti, in termini di competitività e di ampiezza dell'offerta, sono in continua crescita. Tra i nostri punti di forza mi piace pensare al fatto che ogni giorno ci impegniamo per migliorare le peculiarità della nostra azienda, dalla formazione del personale, sulla quale investiamo tanto, al rinnovamento delle strutture e attrezzature, all'ampliamento dei servizi. E credo che chi ci sceglie ogni giorno sicuramente percepisca lo sforzo.