

POST-VENDITA E SERVIZI ESTESI: LA LEVA STRATEGICA PER FIDELIZZARE IL CLIENTE

Business Company punta su assistenza, estensioni di garanzia e customer care evoluto per supportare retailer e operatori dell'e-commerce. L'esperienza di Prezzoforte.it conferma il valore di un servizio capace di aumentare **fiducia, marginalità e competitività**

b

Business Company è una realtà con oltre 27 anni di esperienza nella gestione dei servizi post-vendita. Si propone come partner strategico per produttori, trade online, distribuzione organizzata e specializzata, offrendo soluzioni personalizzate in tutte le fasi della vita del prodotto: dall'installazione alla manutenzione in garanzia, in estensione e fuori garanzia, fino alla dismissione e allo smaltimento di RAEE e batterie attraverso il Consorzio Ecoem, di cui è fondatrice. Durante il periodo di garanzia, l'azienda mette a disposizione sistemi integrati per la gestione delle attività di post-vendita, come il servizio professionale TestOK: una rete organizzata di centri di assistenza tecnica a supporto degli attori della filiera, in grado di gestire tutte le esigenze di manutenzione e assistenza dei prodotti, con logistica integrata e magazzino ricambi. Tra i plus del servizio TestOK figurano anche l'help desk

e l'assistenza clienti/consumatori.

Da anni, importanti player del mercato affidano a Business Company la manutenzione, la revisione e la gestione dei propri prodotti, una scelta basata sull'esperienza maturata nel tempo e sul know-how riconosciuto. A questo si aggiunge l'utilizzo di strumenti specifici e all'avanguardia dedicati al post-vendita, oltre a procedure aziendali che consentono un monitoraggio costante grazie a dati sempre disponibili e indici di difettosità rilevati.

ESTENSIONI DI GARANZIA E PROTEZIONE DEL PRODOTTO

Per i retailer che desiderano offrire ai clienti un'estensione del servizio tecnico, Business Company propone Garanzia3 con 3 anni in più. Per la copertura dei danni accidentali è disponibile Garanzia3 Cover, mentre Garanzia3 Display è dedicata alla protezione del display di smartphone e tablet.

Con Garanzia3 Combi, invece, il servizio prevede la riparazione in caso di danno accidentale nei primi 12 mesi dalla data di acquisto del prodotto e, contemporaneamente, la prosecuzione dei servizi offerti in garanzia per ulteriori 2 anni.

Nella gamma Business Company rientra anche Garanzia3 Brico, servizio di estensione



Fabio Fasolino
Ceo di Business Company

specifico per il mondo del bricolage e degli elettrodomestici, inclusi i prodotti con motore a scoppio. Infine, Garanzia3 Re-Use è il servizio di estensione dell'assistenza tecnica dedicato ai beni ricondizionati, che consente di proteggere anche questa categoria di prodotti per ulteriori due anni. (n.r.) **UT**



PAROLA AL CLIENTE: Francesco De Concilio, CEO www.prezzoforte.it

“La collaborazione con Garanzia3 ha rappresentato per noi un’evoluzione naturale dell’offerta. In un mercato sempre più competitivo non è più sufficiente vendere un prodotto: è fondamentale accompagnare il cliente anche dopo l’acquisto. L’integrazione dei servizi di estensione ci ha permesso di aumentare il valore medio del carrello, in particolare nelle categorie ad alta incidenza di assistenza, migliorando i margini senza impattare negativamente sulla percezione del prezzo. Ma il vero valore aggiunto è stato sul piano della fiducia: offrire una tutela ulteriore riduce le barriere all’acquisto e consente di intercettare anche clienti più attenti e pru-

denti, migliorando al tempo stesso il tasso di conversione e la qualità dell’esperienza complessiva. L’inserimento strutturato di Garanzia3 nella nostra proposta commerciale non è stato solo un’opportunità di marginalità aggiuntiva, ma anche uno strumento strategico per rafforzare la relazione con il cliente. Abbiamo riscontrato un impatto positivo sia in termini economici sia di customer satisfaction: il cliente percepisce un maggiore livello di protezione e questo si traduce in una maggiore fiducia verso il brand e in una più alta propensione al riacquisto. Inoltre, in un contesto in cui la gestione del post-vendita può essere comples-

sa, poter contare su un servizio strutturato e affidabile consente di ottimizzare i processi interni e ridurre le criticità operative legate all’assistenza. Oggi il prezzo non è più l’unico fattore determinante: i clienti cercano affidabilità, trasparenza e un supporto concreto nel post-vendita. Stiamo assistendo a una selezione naturale degli operatori: restano competitivi solo quelli in grado di offrire un servizio completo, che includa logistica efficiente, comunicazione chiara e gestione efficace delle problematiche. In questo scenario, servizi come le estensioni di garanzia giocano un ruolo sempre più centrale, perché

contribuiscono a costruire fiducia e a differenziarsi. Guardando al futuro, prevediamo un ampliamento della nostra offerta con l’inserimento di nuove categorie merceologiche, con un focus sul settore dell’arredo. Parallelamente continueremo a investire nel miglioramento dell’esperienza cliente, soprattutto nel post-vendita, elemento sempre più determinante nelle scelte d’acquisto. Il futuro dell’online sarà sempre più orientato al servizio: non solo vendita, ma esperienza completa. Chi saprà investire in questa direzione avrà un vantaggio competitivo concreto e duraturo.”

© Shutterstock