

ESTENSIONI GARANZIA3: UN MOTORE DI BUSINESS PER RETAILER ED E-COMMERCE



FABIO FASOLINO
CEO Business Company



In un mercato sempre più competitivo, il servizio post-vendita non rappresenta più un semplice costo di gestione, ma una leva strategica per aumentare la soddisfazione del cliente, rafforzare la fidelizzazione e generare nuove opportunità di marginalità. È su questa visione che Business Company ha costruito oltre 27 anni di esperienza, affiancando produttori, retailer, marketplace e operatori dell'e-commerce con un ecosistema di servizi pensato per valorizzare l'intero ciclo di vita del prodotto. Dall'installazione alla manutenzione in garanzia, fino alle estensioni di copertura, alla gestione del fine vita e allo smaltimento di RAEE e batterie attraverso il Consorzio Ecoem, l'azienda offre un modello integrato che consente ai partner commerciali di semplificare i processi e migliorare l'esperienza d'acquisto.

Tra gli asset distintivi spicca TestOK, la rete di assistenza tecnica che integra help desk, customer care, logi-

Il post-vendita è diventato uno dei più grandi generatori di valore.

stica e gestione dei ricambi, garantendo interventi rapidi, monitoraggio costante delle attività e analisi puntuale dei dati di difettosità. Un approccio che permette ai rivenditori di affidarsi a un unico interlocutore, riducendo complessità operative e tempi di gestione.

Accanto ai servizi di assistenza, Business Company mette a disposizione un'ampia gamma di estensioni di garanzia capaci di trasformarsi in un concreto strumento di business. Le soluzioni Garanzia3, nelle versioni dedicate alle estensioni di copertura, ai danni accidentali, alla protezione dei display, al mondo del bricolage e persino ai prodotti ricondizionati, consentono infatti ai retailer di arricchire la propria offerta con servizi ad alto valore percepito, incrementando al tempo stesso redditività e competitività.

Oggi sono i servizi a fare la differenza, perché contribuiscono a costruire fiducia, fidelizzare il cliente e creare nuove fonti di redditività. Un post-vendita efficiente non è soltanto un elemento di supporto, ma un vero fattore competitivo: migliora la customer experience, consolida la fiducia del consumatore e contribuisce a rendere il retailer più profittevole.

Le nostre numerose e storiche collaborazioni commerciali dimostrano quanto investire in assistenza e protezione del prodotto significhi costruire fiducia, differenziarsi dalla concorrenza e trasformare il customer care in un autentico vantaggio competitivo.

PAROLA AL CLIENTE: ZERONOVE S.R.L.
EMILIANO BRINCI — DIRETTORE MARKETING,
PREZZODIGITALE.IT

Garanzia3 è entrata nella proposta commerciale di Prezzodigitale in modo naturale, perché risponde a un'esigenza reale dei nostri clienti. Chi acquista un grande elettrodomestico non compra solo il prodotto, compra la certezza che funzioni negli anni. Con i margini di prodotto sempre più compressi dalla guerra dei prezzi online, l'estensione di garanzia ci permette due cose distinte. La prima: arricchire la proposta senza toccare il prezzo di vendita, che resta la nostra leva competitiva insieme a spedizione rapida e pagamenti flessibili. La seconda, più strategica: costruire un margine aggiuntivo legato al servizio, non allo sconto. Il riscontro che osserviamo è chiaro: i clienti che scelgono l'estensione di garanzia acquistano con meno esitazione, perché sanno di essere coperti, e questo si riflette in una relazione più solida nel tempo e in una minore conflittualità



EMILIANO BRINCI
Direttore Marketing,
Prezzodigitale.it



post-vendita. Non è un accessorio da tunnel di checkout: in Prezzodigitale lo trattiamo come parte del prodotto, in ogni fase della comunicazione.

In un mercato dove il prezzo è pubblico e confrontabile in tre click, la marginalità aggiuntiva di un servizio come questo non è un dettaglio contabile, ma è ciò che ci consente di restare competitivi sul prezzo senza erodere la sostenibilità del business. Quello che osserviamo, in generale, è una polarizzazione netta dentro questa crescita: da un lato la pressione sul prezzo resta fortissima, spinta dai marketplace generalisti e dalla piena trasparenza comparativa che il web garantisce a qualsiasi consumatore; dall'altro cresce, con la stessa intensità, la domanda di fiducia — pagamenti flessibili, spedizione assicurata, assistenza reale nel tempo. Operando solo online, Garanzia3 non è un accessorio. È una scelta strategica.