POST-VENDITA: NON PIÙ UN COSTO MA UN'INFRASTRUTTURA STRATEGICA



FABIO FASOLINO
CEO Business Company

Il DL sul diritto alla riparazione apre una nuova fase per tutta la filiera.

Business warranty management Company

Dal 1999 Business Company è specializzata nell'offerta di servizi post-vendita. La sua mission è creare valore aggiunto per gli attori della filiera, dai produttori ai distributori, con soluzioni personalizzate in tutte le fasi di vita dei prodotti. L'offerta si rivolge sia al mondo dell'industria che del trade, anche online, con servizi di progettazione e gestione post-vendita per produttori, importatori, distribuzione ed e-commerce. Offre assistenza tecnica, manutenzione, logistica, gestione ricambi, customer care, ricondizionamento, servizi di estensione dell'assistenza e soluzioni per il fine vita dei prodotti.

"Nel mondo dove operiamo – spiega Fabio Fasolino Ceo di Business Company - le recenti novità in fatto di diritto alla riparazione aprono una nuova fase per la filiera. Un decreto legislativo rende evidente ciò che il mercato sta già dimostrando: il post-vendita non è un costo da gestire, ma un'infrastruttura strategica". Con l'entrata in vigore dal 22 ottobre, il post-vendita non sarà più soltanto un servizio accessorio: diventerà un elemento sempre più centrale nella relazione tra produttori, importatori, distributori, retailer e consumatori. La normativa introduce, tra le altre misure, l'estensione una tantum di dodici mesi della responsabilità del venditore, quando il consumatore sceglie la riparazione durante la garanzia legale. Un cambiamento che porta in primo piano la capacità delle imprese di organizzare reti tecniche, ricambi, logistica, informazioni e assistenza al cliente. Il nostro storico ambito. Sul fronte dei servizi commerciali, Business Company propone inoltre le soluzioni Garanzia3 per l'estensione dell'assistenza tecnica, la protezione dai danni accidentali e la copertura dei prodotti ricondizionati portando ai retailer un aumento del valore medio del carrello e la marginalità, migliorando al tempo stesso fiducia, customer satisfaction e propensione al riacquisto.

LA PAROLA AL CLIENTE: DANIELE KHAN, AMMINISTRATORE – WWW.SFERAUFFICIO.IT

La collaborazione con Garanzia3 nasce dalla volontà di offrire ai nostri clienti un servizio che vada oltre la semplice vendita del prodotto. Nel settore informatico, dove operiamo con un'offerta che spazia dai PC alle periferiche, dai monitor alle soluzioni per l'ufficio, riteniamo che la tranquillità del cliente dopo l'acquisto sia un elemento sempre più importante. L'estensione di garanzia ci consente di arricchire la nostra proposta commerciale con un servizio concreto, che permette al cliente di valutare una protezione aggiuntiva per il proprio acquisto. La collaborazione con Garanzia3 si è inserita nel tempo in questa visione, grazie alla possibilità di proporre una soluzione dedicata. Dal punto di vista economico, il servizio rappresenta un'opportunità di marginalità aggiuntiva rispetto alla sola vendita hardware, in un mercato in cui la competitività sui prezzi è particolarmente elevata. Il valore, tuttavia, non è soltanto economico: è anche la possibilità di costruire un rapporto più completo e duraturo con il cliente.

Crediamo che la fidelizzazione del cliente sia il risultato di una combinazione di fattori: prezzi competitivi, ampiezza dell'assortimento, affidabilità e qualità del servizio. Riteniamo che servizi come Garanzia3 possano contribuire a differenziare l'offerta e a rafforzare la relazione con il cliente nel tempo. In un contesto in cui il prezzo rimane un fattore determinante, poter offrire un valore aggiunto rappresenta un'opportunità importante per competere non soltanto sul costo del prodotto, ma anche sulla qualità complessiva dell'esperienza d'acquisto. Vediamo clienti sempre più informati, con esigenze differenziate: dal privato che cerca il prodotto al miglior prezzo all'azienda che ha bisogno di soluzioni affidabili, compatibilità, continuità operativa e un interlocutore competente. In questo scenario, anche servizi come Garanzia3 possono contribuire a costruire un'offerta più completa. La nostra convinzione è che un e-commerce possa distinguersi non soltanto per ciò che vende, ma anche per il valore che riesce a offrire al cliente nel tempo.



DANIELE KHAN
Amministratore di Sferatrade

sferaufficio