

“La strategia commerciale di un’azienda, costruita con una vita di lavoro, rischia di venire bruciata in una settimana”. E’ questa l’amara riflessione di Carlo Tagliabue, contitolare di Tagliabue Gomme Gross, che ci segnala e commenta un’immagine dove vengono confrontati i prezzi di due distributori italiani e del portale di Delticom Gommadiretto.it. Tagliabue giudica questo meccanismo un “vero massacro per il settore”, perché, se le aziende italiane mettono i prezzi online, la rete – che fa ovviamente vincere il prezzo – premierà sempre Gommadiretto, azienda tedesca leader europea nell’e-commerce dei pneumatici. L’immagine, che riportiamo in calce, è stata postata sui social network da un fan dell’azienda di Villasanta, e Tagliabue, dopo alcune riflessioni, ha ritenuto giusto condividerla.

“Alcuni distributori italiani stanno lanciando delle attività B2C, che di fatto infilano i gommisti in un meccanismo di rivendita forzato, una sorta di asta al ribasso sul prezzo dei pneumatici”, continua Tagliabue. “Alcuni di questi distributori – e questo conferma la loro insicurezza – nascondono addirittura il loro nome dietro il portale. In ogni caso, il punto su cui non mi stancherò mai di insistere, è che i pneumatici necessitano dell’assistenza tecnica di operatori specializzati e questo know-how, che si matura con gli anni, rappresenta un valore anche economico.”

Nell’invocare il ritorno all’economia reale, fatta di persone che lavorano e offrono servizi, Tagliabue sottolinea che pensare di compensare la perdita di margine aumentando i volumi è solo “un’illusione”, perché tutti, con un semplice copia&incolla, sono in grado di costruire un sistema di vendita online. “Ma – dice Tagliabue – sfido chiunque a fare la stessa cosa con un’azienda reale!”.

Se il canale web può essere efficace per i prodotti auto-installanti (musica, e-book, ecc.) o per i prodotti/servizi che non necessitano di montaggio (abiti, scarpe, voli, ecc.), lo stesso non può dirsi per i pneumatici. “Nel nostro settore, come in altri, l’economia reale e la politica di canale di vendita la fanno da padrone e si oppongono spontaneamente a questa dinamica, perché i pneumatici hanno bisogno dei gommisti, in grado di eseguire l’installazione e fornire la consulenza e l’assistenza necessarie. Logistica e rivendita nel nostro mondo sono attori necessari e tentare di by-passarli, attraverso la vendita diretta online, è un errore di default.”

Ed ecco quindi quale è la mission di Tagliabue Gomme Gross, che non esclude certo l’informatica, ma piuttosto la utilizza a supporto della rete dei rivenditori: “Vogliamo porci nel canale di vendita in posizione parallela e sviluppare, attraverso informatica e marketing, un supporto al nostro network commerciale, che svolge un ruolo importantissimo e che deve essere valorizzato.”



© riproduzione riservata
pubblicato il 4 / 06 / 2013