Come posso rendere più competitivo il mio punto vendita? Come riuscirò a trovare e a raggiungere nuovi clienti? E come potrò fidelizzarli? Quanti gommisti la sera chiudono i portoni delle loro officine facendosi queste domande? La risposta, secondo Goodyear, è l'ultima iniziativa lanciata da SuperService, la rete di rivenditori specializzati dell'azienda: si chiama Offerta Dedicata ed è, per l'appunto, dedicata a quei gommisti che, legandosi più profondamente al marchio, possono ottenere maggiori servizi. Ne abbiamo parlato con Marco Prosdocimi, Retail Manager dell'azienda a partire da febbraio 2015. "Offerta Dedicata è un'iniziativa molto giovane, essendo stata lanciata a febbraio durante la convention SuperService, ma i primi feedback che abbiamo ottenuto sono molto buoni. Sono già 10 i rivenditori che hanno scelto di evolvere verso questa nuova offerta e l'interesse è davvero alto, anche da parte dei rivenditori indipendenti."

Ma quali sono in particolare i servizi aggiuntivi di Offerta Dedicata? Tramite la sottoscrizione di un contratto addizionale, SuperService mette a disposizione tre principali plus. Il primo è un consulente dedicato a 360 gradi all'azienda, che aiuta il rivenditore nella gestione economica del punto vendita, nel supporto all'analisi dei costi, nel bilancio, nella gestione del personale e in quella dei flussi, nell'accettazione e nell'approccio all'utente finale, puntando al sellout. Un vero consulente a tutto tondo che può davvero essere molto utile al rivenditore, aiutandolo in aspetti complessi che potrebbero aiutare a ridurre i costi significativamente. "Il consulente non si occuperà di gomme, ma di tutti gli aspetti economico-finanziari che oggi sono cruciali per la sopravvivenza dell'azienda, considerando i tempi che stiamo vivendo. Ad oggi c'è una sola persona che si occupa dei 10 centri affiliati, ma al raggiungimento dei 15-18 affiliati prevediamo di inserirne una seconda."

Il secondo servizio è il CRM (Customer Relationship Management, gestione delle relazioni con i clienti), che prevede una serie di servizi tecnologici che hanno l'obiettivo di fidelizzare i clienti, una delle grandi sfide per i gommisti di oggi. "SuperService mette a disposizione un prodotto CRM, semplice da utilizzare ma molto complesso come realizzazione, grazie al quale è possibile creare una banca dati che profila i clienti. Con questo database sarà possibile instaurare una comunicazione one to one con il cliente finale, personalizzando il messaggio, l'offerta e l'attività promozionale in base a tutta una serie di parametri, offrendo anche informazioni utili quali il meteo, il traffico e molto altro. Sappiamo che la connessione con il cliente è veramente importante e Offerta Dedicata intende dare ai propri rivenditori uno strumento molto potente per creare una comunicazione propositiva, che dia la possibilità al rivenditore di far conoscere la sua offerta e all'utente finale di ricevere informazioni che effettivamente gli interessano."

Il terzo plus riguarda il layout: l'immagine dei rivenditori che aderiscono ad Offerta Dedicata è "più premium", come afferma Prosdocimi, sia a livello esterno che interno, per

differenziare le due attività. Questo è un punto molto importante: la rete SuperService è sempre una e unica, ma il livello di servizio è diverso e quindi l'immagine deve necessariamente essere differente.

Il layout esterno di un centro SuperService

Inoltre, un'altra interessante opportunità è l'approccio multibusiness che Offerta Dedicata permette. SuperService è, infatti, solamente rivolta al consumatore, mentre Offerta Dedicata abbraccia il mondo dell'autocarro con due proposte di grande valore: l'assicurazione dedicata al pneumatico autocarro e il finanziamento sell out alle flotte. Ma non è tutto: "SuperService ha l'obiettivo di creare una connessione costante con i rivenditori e rispondere in modo semplice e immediato all'evoluzione dei loro bisogni. Una delle caratteristiche che negli ultimi anni si è accentuata sempre di più è la forte stagionalità del settore e per questo motivo la rete ha cercato di aiutare i propri affiliati a trovare nuove opportunità e nuove idee per regolarizzare gli incassi. Una di queste è sicuramente la meccanica leggera." Goodyear ha siglato un accordo con GroupAuto, gruppo specializzato nella distribuzione di ricambi e di servizi automotive, per fornire strumenti, formazione e consulenza agli affiliati. "Spostarsi verso la meccanica leggera, e a maggior ragione verso quella completa, sono due passi importanti che vanno attentamente progettati, perché necessitano di investimenti consistenti e capacità tecniche complete. Per questo motivo, SuperService e GroupAuto studiano un business plan personalizzato che indichi la strada più sicura per diventare un centro multiservizi."

Sempre nell'ottica di fornire maggiori opportunità ai rivenditori, l'accordo con Payback, il programma di fidelizzazione che consente di accumulare punti con un'unica carta fedeltà presso tanti Partner, è un altro punto a favore di Goodyear Dunlop e SuperService: "Si tratta di un accordo molto importante, grazie al quale possiamo raggiungere 8 milioni di consumatori. Nel 2016 investiremo in comunicazione e visibilità nel punto vendita per dare ulteriore importanza a questo accordo, che dà ai clienti finali, e ai gommisti, un doppio vantaggio: guadagnare punti acquistando gomme e spendere quelli già guadagnati nell'acquisto di pneumatici. Il rivenditore in questo caso ottiene un'opportunità in più per vendere servizi aggiuntivi, conoscere nuovi potenziali clienti e fidelizzarli."

Infine, ultima ma non meno importante, la formazione: per SuperService rappresenta un asset molto importante, considerando tutte le attività che sta promuovendo. Ogni anno vengono organizzati due corsi, uno che verte sugli aspetti commerciali e uno sul piano tecnico. La novità è che questi corsi possono essere seguiti anche online. Si tratta di corsi

interessanti, proattivi e, soprattutto, al paso con i tempi: quest'anno, per esempio, è stato lanciato il corso sulla gestione dei dipendenti, mentre dal lato tecnico quello sui TPMS. Ogni anno, naturalmente, i temi cambiano, dedicandosi agli argomenti più interessanti e di attualità.

Ad oggi gli affiliati SuperService sono circa 300 e Prosdocimi prevede di arrivare a quota 340 nel 2018: "Vogliamo naturalmente crescere, ma puntando soprattutto alla qualità. Per lo stesso motivo, ci aspettiamo di arrivare a 50 centri Offerta Dedicata durante lo stesso periodo. Vogliamo che i nostri partner siano strutturati, preparati e specializzati. La rete è il futuro e garantisce il supporto di un grande partner in ogni situazione. SuperService e Offerta Dedicata sono due ottime opportunità per il rivenditore indipendente che vuole entrare in un network di professionisti, gestito e progettato per creare valore per il gommista."

© riproduzione riservata
pubblicato il 7 / 08 / 2015