Abbiamo incontrato Federico Tebaldini, CEO di CDG-ONE, che ci ha raccontato come stanno andando le attività dell'azienda, in particolare riguardo 3 punti cardine: Kwik Fit, l'offerta per le flotte e il network dei Consulenti di Guida. Ecco cosa ci ha raccontato.

Avete appena annunciato l'apertura del 51esimo centro Kwik Fit in Italia. Come sta andando questo progetto?

Siamo soddisfatti. La crescita di questi primi 2 anni è stata più che in linea rispetto alle previsioni: il progetto avrà il primo importante punto di valutazione nel 2026, quando arriveremo ai primi 10 anni in Italia, ma già oggi siamo più avanti rispetto al preventivato. Oggi il team Kwik Fit Italia è composto da una squadra di grande esperienza, con tutti i membri, dai consulenti ai venditori, che arrivano dal settore e che quindi conoscono il mercato. A questo naturalmente si aggiungono gli input e il supporto che riceviamo dalla casa madre, che ci dà sempre un prezioso aiuto.

Sono previste novità per gli affiliati?

In questo momento stiamo per introdurre un nuovo software POS chiamato Autodeckpro. Le reti moderne hanno la necessità di avere un supporto dal punto di vista informatico di un certo livello e Kwik Fit non è certamente da meno. Quello che differenzia il nostro prodotto dalla concorrenza è l'ampiezza di utilizzo: molti software sono, infatti, ottimi in certi ambiti, ma limitati in altri. Autodeckpro, invece, gestisce sia la parte pneumatici che la meccanica, è direttamente collegato ai database, permette la ricerca del pezzo di ricambio inserendo la targa, garantisce un processo di ordine facile e veloce. Lo abbiamo già presentato durante le riunioni locali di febbraio e stiamo iniziando ad inserirlo in alcuni centri.

E dal lato cliente che attività avete messo in piedi?

Stiamo investendo in attività di marketing e comunicazione. Dal punto di vista pneumatici, si è appena conclusa la campagna che promuoveva il cambio pneumatici estivi e, al prossimo cambio stagione invernale, ne avremo un'altra dedicata. Dal lato meccanica, quest'anno proporremo 3 campagne dedicate. L'idea di fondo è dare un pacchetto di marketing coerente a tutta la rete, naturalmente. Dal punto di vista dell'immagine istituzionale abbiamo introdotto anche in Italia la filosofia Drive Away Happy, che vuole far capire al cliente finale che può recarsi in un centro Kwik Fit con la certezza che ne uscirà tranquillo, certo che il lavoro sia stato effettuato a regola d'arte. Per Kwik Fit è importantissimo far capire che in ogni centro il cliente troverà lo stesso livello di professionalità, cortesia ed esperienza. Infine, la tranquillità non è solo dei clienti, ma anche degli stessi operatori, che hanno a disposizione tutta una serie di strumenti e check list che danno una maggiore

sicurezza nello svolgimento del lavoro di tutti i giorni. Sicuramente in queste attività ci assiste l'esperienza quasi cinquantennale di Kwik Fit.

Un altro tema importante per CDG-One sono le flotte.

È vero, nell'ultimo periodo abbiamo investito molto su questo tema. Oggi abbiamo inserito altre flotte nel nostro portafoglio clienti, arrivando a superare la ventina di unità. È un numero che inizia a diventare interessante, in un mercato sicuramente importante e complesso, anche dal punto di vista tecnologico. Ci confrontiamo, infatti, con operatori estremamente professionali, con migliaia di vetture nel parco auto. È davvero sfidante lavorare in questo mondo.

I Consulenti di Guida continuano ad essere un focus importante per l'azienda?

I CDG sono uno dei fulcri delle nostre attività, anzi, si tratta di uno degli aspetti in cui abbiamo introdotto più novità recentemente. **[Il primo gennaio 2019 è partito in via ufficiale il progetto, seguito dal business development manager Alex Cavazzoli, che introduce l'importante ampliamento della gamma di prodotti offerta ai nostri affiliati.](#)** Questo passo segue una revisione importante della rete: meno centri, ma più professionali. In questo modo possiamo garantire a quelli che sono i clienti più importanti e fedeli del Gruppo Magri più contenuti, qualità e attenzione.

Il 2019 è, insomma, un anno importante. Da una parte consolidiamo quanto di buono creato, dall'altra continuiamo a spingere per migliorarci e creare cose nuove.