Professionalità, competenza, qualità. Le parole d'ordine per eccellere nel mercato sono quelle che mirano a trasmettere il valore di un marchio, in veste di caratteristiche tecniche, certificazioni, risultati dei test. Ma come declinarle all'interno di un contesto economico che sembra dare spazio solo a politiche basate sul prezzo? OZ, marchio premium nel settore delle ruote after market, ha una ricetta basata su una sinergia molto forte tra produttore e rivenditori, investiti del ruolo di veri e propri "consulenti" del cliente, guidato e consigliato nella scelta della ruota giusta. Il tutto si traduce nel progetto OZ Paddock Store. Ne abbiamo parlato con Lerrj Piazza, responsabile marketing e comunicazione di OZ.

PN: Come interpreta OZ la propria relazione con il canale distributivo?

LP: I contenuti del rapporto tra aziende e canale distributivo rappresentano il driver fondamentale per costruire strategie efficaci, mix di prodotti e servizi utili a trasferire al consumatore i valori esclusivi e la distintività dell'offerta. Troppo spesso ci si concentra esclusivamente sulla leva prezzo, ostacolando lo sviluppo di modelli di relazione innovativi che aiutano il punto vendita a migliorare la propria posizione e quindi il valore che il consumatore attribuirà alla sua specifica professionalità e alla possibilità di trovare consulenze e prodotti su misura. OZ è impegnata in prima linea e gestisce direttamente il mercato, conscia dell'importanza del contatto con i punti vendita che rappresentano l'anello fondamentale della catena del valore. Per questo in OZ ci dedichiamo alla creazione di format informativi, formativi e di comunicazione dedicati ai responsabili dei punti vendita ai quali garantiamo il beneficio della continua disponibilità di competenze esclusive, il tutto concentrato in un unico progetto a loro dedicato, "OZ Paddock Store Network".

PN: Come può il punto vendita contrastare la contrazione della domanda di ruote in after market?

LP: La risposta è: garantendo il massimo servizio e costruendo un'offerta selettiva senza subire politiche aggressive di sell-in. Il punto vendita deve poter scegliere tra aziende capaci di garantire partnership evolute e un mix di prodotti e servizi adeguati alle esigenze proprie e dei clienti che compongono il mercato sul quale il punto vendita opera. Il tutto in maniera facile e veloce. La Strategia Multibrand di OZ è una soluzione vincente. Qualità certificata, design, innovazione tecnologica, servizio e la grande ampiezza e profondità di gamma delle collezioni OZ Racing, OZ XLine, MSW e Sparco Wheels, offrono la possibilità di diventare "consulenti" per soluzioni su misura nel pre e nel post vendita.

PN: Come si inserisce la ruota nel mix del gommista?

LP: La ruota può essere un supporto ideale per aumentare il traffico sul punto vendita,

qualificandone ulteriormente il ruolo attraverso un prodotto che risponde e soddisfa la crescente domanda di personalizzazione dell'auto. Grazie alla grande evoluzione tecnologica, mediata dall'esperienza fatta in più di quarant'anni di storia nelle competizioni, le ruote di alto livello possono dare un notevole contributo alle performance dell'auto. Questo valore è spesso celato e poco accessibile al consumatore, il quale a sua volta non lo considera in fase di scelta e acquisto. Proprio per le grandi potenzialità che hanno le ruote e per il beneficio che possono portare al comportamento dell'auto, risulta necessaria una consulenza specializzata che solo un punto vendita serio e preparato è in grado di dare.

PN: Come può un consumatore finale fare un corretto confronto tra le ruote oggi sul mercato, rispetto alla ricerca di specifici benefici quali ad esempio: il design, la sicurezza, le performance, le finiture, i colori o ancora un mix equilibrato di tutti questi?

LP: Scegliere non è facile. Il design spesso e volentieri è il primo elemento di scelta, ma oggi il mercato è bombardato da stili di ruote che si differenziano di poco, quando questi non sono addirittura copiati. In uno scenario del genere, il prezzo risulta spesso l'unica leva e il consumatore, confuso, non riesce ad avere un idea chiara dei valori oggettivi che un prodotto porta rispetto ad un altro. Ciò che serve è una guida competente che si affianca nella ricerca di benefici specifici quali ad esempio le performance tecniche ed estetiche o ancora la sicurezza garantita dalle omologazioni. Affidarsi a professionisti seri e competenti diventa quindi molto importante, sia per l'azienda che investe nella realizzazione dei prodotti che per il consumatore che paga per avere un prodotto di qualità. Con il loro supporto e con un confronto omogeneo delle caratteristiche dei prodotti, il consumatore è in grado di scoprire e comprendere che quello che sembra un prezzo più alto è in realtà un vantaggio. Il delta prezzo infatti, potrebbe essere annullato dalla netta superiorità dei contenuti proposti. Pensiamo ad esempio alle omologazioni che richiedono investimenti enormi in ricerca e sviluppo, alle attività di testing che garantiscono la sicurezza, alla qualità delle finiture e alla loro capacità di resistere al tempo e agli agenti atmosferici o ancora alle tecnologie produttive utilizzate. OZ investe da molti anni su questi fronti, conscia del fatto che solo un prodotto eccellente possa portare un beneficio a tutta la filiera, partendo dall'azienda e arrivando al consumatore finale, passando per il punto vendita che rappresenta l'elemento cardine per il trasferimento della "catena del valore". Solo i punti vendita selezionati ed accreditati dalle migliori marche possono garantirlo.

PN: Ma allora se si può, come si può capire quando un prezzo è giusto?

LP: Prima di tutto rivolgendosi solo a professionisti che le grandi marche hanno accreditato. Ricordiamo che il nuovo decreto sulle ruote restituisce grande dignità alla professionalità di

questi operatori, mettendo al centro della garanzia per il consumatore il rilascio di una loro dichiarazione di responsabilità del corretto montaggio, un obbligo che qualifica in realtà i punti vendita per l'importanza del loro operato in funzione della sicurezza. Il consumatore può avere un' idea corretta del reale valore del prodotto che sta per acquistare, solo dopo aver valutato, con l'aiuto di un professionista, tutti gli elementi misurabili secondo le coordinate di SICUREZZA, PERFORMANCE, DESIGN E QUALITA'. Per noi queste coordinate sono chiare e rappresentano i nostri valori guida: il continuo trasferimento tecnologico dalla F1 alle ruote a catalogo, la cura maniacale dei particolari e delle finiture, la sicurezza testata per ottenere le più severe omologazioni aggiungendo test volontari come quello della LBF (OZ è l'unica azienda produttrice di ruote in after market ad utilizzarla così come invece è normalmente richiesto dalle case auto per il primo equipaggiamento), tutti elementi che il consumatore può chiedere al proprio gommista di fiducia, al momento dell'acquisto. Per trasmettere tutto questo al consumatore OZ si affida ai migliori professionisti inseriti nel network degli OZ Paddock Store.

PN: Quanto conta per OZ la professionalità di chi aiuta a scegliere tra i vostri prodotti e poi installa nel modo migliore?

LP: La competenza di un professionista che può influenzare la decisione d'acquisto del consumatore è fondamentale. Questo però non solo per conquistare quote sempre più ampie del mercato ma soprattutto per garantire la sicurezza del consumatore e difendere la reputazione delle marche sulle quali le aziende hanno investito tutto. La reputazione di una grande marca di ruote passa dalla sicurezza e a questa contribuiscono in modo importante anche i gommisti, proprio con il loro aiuto nel scegliere ed installare le ruote sulle nostre auto. Per questo investiamo importanti risorse nel Progetto OZ Paddock Store migliorando costantemente le competenze del gommista rispetto al sistema ruota e contribuendo allo sviluppo di modelli di business utili a supportare il gommista nel proprio lavoro. Sono già 350 i punti vendita coinvolti nel progetto che in tutta Europa identifica i migliori rivenditori autorizzati, oggetto di una continua formazione. A questo si aggiungono il materiale di comunicazione on e off line come ad esempio il sito, arrivato al record di oltre 800.000 visitatori unici, la presenza sui social, il catalogo e il materiale per abbigliare il punto vendita. Tutto pensato per diffondere e condividere la cultura della ruota e della sicurezza per proteggere la passione.

PN: Cosa predilige il consumatore in fatto di design o performance tecniche? Quali sono i fattori che maggiormente influenzano la scelta e come si vive la concorrenza con i prodotti direttamente proposti dalle case auto?

LP: Esiste sicuramente una segmentazione nella ricerca di benefici da parte del

consumatore che non sempre è in grado di esprimere i propri desideri. Il mix auto, stile di guida e design, descrive un numero infinito di combinazioni e di potenziali utenti, per questo è necessario offrire sempre qualcosa in più rendendo disponibili ad un pubblico sempre più vasto il meglio delle tecnologie e del design. Il DNA OZ, legato al mondo delle competizioni, ha dato vita a prodotti di grande successo ispirati alla F1 o al WRC cercando di anticipare i bisogni ancora non espressi di un pubblico di appassionati. Con modelli come la nuova Formula HLT o le leggerissime e performanti Superforgiata, insieme alle ruote per SUV e grandi berline vogliamo garantire insieme design, leggerezza e resistenza. Per vincere la concorrenza dedichiamo una cura maniacale alle finiture e alla personalizzazione: 10 colorazioni diverse e disponibili nel programma "Personal Colours", una ampia gamma di ruote componibili in due o tre pezzi che permettono di creare soluzioni su misura rendendo ogni auto davvero unica. Anche in questi casi la figura dell' OZ Paddock Store diventa centrale.

PN: Di sicuro un elemento imprescindibile è la sicurezza. Voi esportate da sempre in tutti i mercati mondiali. Molti di questi hanno da tempo normative precise anche per le ruote, in Italia solo da poco con l'uscita del decreto si è fatta maggior chiarezza su questo elemento. Si sentono già gli effetti?
Cosa cambia per OZ ? Che di tipo di omologazione adottavate già sulle vostre ruote, per gli altri paesi? Quali vantaggi avrà il consumatore con le omologazioni?

LP: Finalmente anche il consumatore italiano potrà viaggiare in sicurezza ed acquistare a condizioni trasparenti. I rischi corsi fino ad oggi erano davvero elevati. Le copie vendute a prezzi sicuramente alettanti ma prive di omologazioni rappresentavano e rappresentano infatti un pericolo per tutti generando inoltre una vera e propria concorrenza sleale nei confronti delle aziende più virtuose. OZ, abituata a esportare nei mercati attenti alla sicurezza, da sempre omologa tutte le sue ruote: in Germania con KBA e TUV, in Giappone con JWL e VIA. Proprio per questo lavoro fatto negli anni e questo approccio alla sicurezza e qualità totali, oggi siamo pronti ad allinearci anche alle nuove norme italiane. Abbiamo già ottenuto il certificato d'idoneità degli impianti produttivi di San Martino di Lupari (PD). L'arrivo del decreto però sortirà gli effetti desiderati e auspicati fra un anno circa, data dell'entrata in vigore del decreto stesso, ma i primi segnali si sentono già con l'aumentata sensibilità da parte del pubblico per i prodotti omologati, gli unici che dal marzo 2014 potranno essere venduti e montati. I nostri partner, i Paddock Store, reciteranno un ruolo fondamentale. E' a loro che i consumatori possono in ogni momento chiedere informazioni, materiale informativo, documentazioni relative alle diverse omologazioni e soprattutto consigli utili per fare la scelta giusta.

PN: Per chiudere dando suggerimenti per scegliere, quali pensate saranno le

tendenze in fatto di finiture, design e tecnologie produttive-materiali?

LP: Il bisogno di personalizzazione continuerà ad aumentare. Le coordinate di tale bisogno non saranno solo estetiche ma anche tecniche. In fatto di design vediamo la crescita nell’utilizzo di colorazioni alternative e di finiture on demand, oltre a speciali trattamenti ispirati al mondo delle competizioni. In fatto di tecnica invece pensiamo alla diffusione di tecnologie come la HLT per il contenimento dei pesi o all’introduzione di nuovi materiali, lo studio dei quali è ancora top secret, come ben potete immaginare. Ma tutto quello che chiedete ad OZ lo potrete sempre chiedere anche ai nostri Paddock Store, trovando tutte le informazioni e le garanzie necessarie per viaggiare sicuri.

© riproduzione riservata
pubblicato il 26 / 06 / 2013