

Dopo il [lancio, a settembre 2012, di gomme-auto.it](#), da pochi giorni è online gommebusiness.it, la nuova iniziativa B2B online ideata da Max Favilli. Cercando di intercettare e di venire incontro alle esigenze di gommisti ed officine, gommebusiness offre una serie di caratteristiche che mirano, nelle intenzioni dell'ideatore, a ridurre il magazzino giacenze e ad ottimizzare la gestione della distribuzione dei pneumatici. Ne abbiamo parlato direttamente con Max Favilli.

PN: Dopo la nascita di gomme-auto.it, che si rivolge al mercato consumer, questa nuova iniziativa, come si legge anche nell'home page del sito, è rivolta direttamente al mercato B2B. Quali sono le sue caratteristiche peculiari?

MF: "Una fase di forte contrazione del mercato come quella che stiamo vivendo impone risposte determinate. Per i gommisti una delle soluzioni è la riduzione del magazzino, che genera costi spesso non più sostenibili. Gommebusiness raggiunge questo scopo. Utilizzando il sito come fornitore, i gommisti e le officine possono creare preventivi per i consumatori finali per oltre mezzo milione di pneumatici effettivamente disponibili in magazzini sparsi tra Italia, Germania e Olanda, con consegna garantita in 24/48/72 ore, a seconda del magazzino di partenza. Per ogni pneumatico acquistato è possibile monitorare la spedizione attraverso il tracking code dei corrieri che utilizziamo (Bartolini, DPD e GLS). A garanzia di tutto questo c'è il fatto che fornitori, magazzini e spedizionieri sono gli stessi che già utilizziamo per gomme-auto.it e che da settembre ad oggi hanno garantito le consegne nei termini previsti nel 97% dei casi".

PN: Il settore della vendita online è in costante crescita, e nascono continuamente nuove realtà, anche per quanto riguarda il B2B. Quali sono quindi le armi vincenti di gommebusiness.it?

MF: "Sono tre le caratteristiche che differenziano il nostro sito da altre realtà di e-commerce B2B oggi esistenti. Innanzitutto, gommebusiness raccoglie giacenze e prezzi da 7 grossisti italiani ed europei. Un numero tra l'altro in continuo aumento, in quanto abbiamo già stretto accordi con altri tre grossisti e una casa di produzione, che nelle prossime settimane si aggiungeranno a quelli già esistenti. Quando un gommista cerca un pneumatico su gommebusiness noi mostriamo direttamente i risultati con i prezzi migliori, quindi garantiamo sempre l'acquisto dal fornitore in quel momento più economico. In secondo luogo gommebusiness monitora i prezzi praticati online da più di 10 siti B2C e per ogni prodotto in vendita sul sito il gommista può vedere a quanto quel prodotto è venduto online al consumatore in quel preciso momento, così da permettergli di stilare preventivi precisi e aggiornati. La terza caratteristica peculiare sono i servizi che mettiamo a disposizione dei gommisti. Ad esempio c'è la possibilità di generare dei preventivi online, archivarli e

consegnarli ai propri clienti, sempre con la chiara indicazione, per il gommista, del ricavo. Oppure la possibilità di gestire online il proprio magazzino, mostrando sempre il prezzo di acquisto ed il reale valore di mercato attuale dei pneumatici”.

PN: Al di là dei servizi offerti online da gommebusiness, qual è la vostra strategia per rendere sempre più appetibile questo sito ai gommisti e differenziarvi ulteriormente dalla concorrenza?

MF: “A breve, entro settembre - ottobre saremo online con un altro sito dal quale i gommisti che avranno aderito a gommabusiness potranno vendere direttamente loro al consumatore finale i pneumatici, fornendo anche il servizio di montaggio ed equilibratura. Utilizzando la gestione del magazzino che ho descritto prima, i gommisti potranno mettere in vendita i pneumatici che hanno fisicamente in magazzino o che potranno ordinare automaticamente tramite gommebusiness. In altre parole, nel nuovo sito (che si chiamerà amicogommista.it) il cliente finale non sceglierà solo i pneumatici da acquistare ma anche, di contesto, il gommista presso il quale recarsi per l’installazione, al quale alla fine pagherà direttamente gomme e servizio”.

PN: Parliamo un po' di cifre. Quali sono i volumi di vendite che avete stimato, nel breve e nel medio termine?

MF: “A noi non va di sparare cifre a vanvera, vogliamo restare con i piedi per terra. Gommebusiness è nato il 1 giugno di quest’anno e al momento conta 34 gommisti attivi. Il nostro obiettivo è di attivarne 500 entro la fine di settembre”.

PN: Oltre ai nuovi accordi di cui ha parlato prima, quali sono i piani di espansione? Anche questo sito, come gomme-auto.it, si pone come obiettivo un respiro "europeo" o è più finalizzato al mercato italiano?

MF: “Una visione almeno europea credo sia obbligatoria se si vuole crescere. Il mercato italiano è piccolo se confrontato con il resto d’Europa e sia per gomme-auto.it che per gommebusiness.it abbiamo in programma di aprire in altri paesi europei: prima della fine dell’anno per il b2c (gomme-auto) e nel 2014 per il b2b (gommebusiness)”.



© riproduzione riservata
pubblicato il 22 / 07 / 2013