

Negli ultimi anni il mercato della manutenzione auto sembra destinato a crescere e tutto l'universo di auto-saloni, gommisti e meccanici è oggi di fronte a cambiamenti epocali a tutti i livelli: legislativi, fiscali, operativi ecc. Midas si inserisce proprio qui, e può davvero rappresentare una risposta 'ad hoc' per il momento di mercato.

Il processo di trasformazione di ogni attività economica in realtà professionali, monitorate e 'coerenti' con i nuovi scenari di mercato è irreversibile anche nel settore della manutenzione auto. Oggi anche la più piccola officina locale deve far fronte a nuove esigenze di professionalità, aggiornamento ma anche legalità, trasparenza, modernizzazione.

Nell'ultimo anno, dal suo arrivo alla guida di Midas Italia, Jean-Luc Dony ha lavorato sodo alla riorganizzazione della rete e dello stesso modello di business.

"Midas vuole essere sinonimo di professionalità e qualità del servizio, velocità, trasparenza nei preventivi e nella fatturazione. Per essere una rete di successo e puntare alla leadership anche in Italia dobbiamo lavorare con partner che abbiano la nostra stessa mentalità. Diventare un centro Midas può rappresentare una vera opportunità di sviluppo per chi voglia far crescere la propria professionalità attraverso l'esperienza di un'azienda internazionale."

"C'è un forte scollamento fra le competenze degli operatori del settore e ciò che sta diventando strategico per la loro stessa crescita" sottolinea ancora Jean-Luc Dony.

"In Italia molti hanno finora provato a resistere al cambiamento, con pratiche anacronistiche di opacità fiscale, accordi con ricambisti e parcellizzazione delle specializzazioni. Un modello di business destinato a fare i conti prima di tutto con Internet e la disponibilità di informazioni su cui può contare oggi il cliente e poi anche con un sistema fiscale ed economico in evoluzione. Oggi siamo più vicini al bivio 'crescere o chiudere'."

A differenza di altre 'catene', Midas sostiene di non puntare sulla vendita di merci ai suoi affiliati: la scelta di lavorare in termini di partnership fa sì che Midas possa crescere solo insieme alle singole officine. Un processo più lento ma più sicuro per tutti gli attori coinvolti. In pratica non si tratta solo di un'operazione di 'maquillage' dell'officina (che deve comunque cambiare e diventare pulita, ariosa, aperta al cliente) ma soprattutto di rimboccarsi le maniche e studiare insieme il bacino di utenza; la concorrenza sul territorio; i servizi più importanti da offrire; il potenziale sviluppo nonché la costruzione di un piano di lavoro. In una parola: pianificazione del business.

Midas è un sistema di franchising di servizi (e non di prodotto!) che rinnova e valorizza l'autonomia del singolo artigiano offrendo non solo economie di scala negli acquisti, ma anche un'immagine omogenea, una strategia di marketing nonché un percorso di formazione per accrescere la cultura imprenditoriale e il livello di servizio al cliente.

© riproduzione riservata
pubblicato il 4 / 07 / 2017