

Mercoledì 28 ottobre, presso il Museo Nicolis a Verona, Berner ha organizzato una conferenza stampa che aveva diversi obiettivi: il primo era presentare il nuovo Amministratore Delegato, Marco Baroni, il secondo illustrare i driver di sviluppo e le strategie di Berner per il futuro e, infine, parlare della digitalizzazione e del passaggio da un'ottica di prodotto a quella di servizio, necessaria per competere oggi sul mercato. Nel corso della conferenza sono intervenuti Marco Baroni, Luca Porrini, Direttore Commerciale della Divisione Autotrazione e Giuseppe Massarotto, Customer Solution Manager di Berner. Inoltre, era ospite della giornata Paolo Pollio, Responsabile post-vendita di Carfin SPA, un grande car dealer della Liguria.

L'arrivo di Marco Baroni come nuovo Country Manager Italia avviene in un **periodo positivo per Berner Italia**. L'azienda, con un **fatturato** relativo all'anno fiscale 2017/2018 pari a 79 milioni di Euro, ha infatti registrato un **aumento del volume d'affari del 5,4% rispetto all'anno precedente**, mentre il **fatturato per il primo semestre** dell'anno fiscale - iniziato ad aprile 2018 - è in **crescita del 6,8%** rispetto all'anno precedente, superando i 39 milioni di euro (39.168,00 Euro). L'azienda, tuttavia, non è assolutamente ferma: ha dato via a un processo di **innovazione a più livelli, il primo dei quali è senza dubbio la digitalizzazione**.



Luca Porrini, Direttore Commerciale
Divisione Autotrazione di Berner Italia

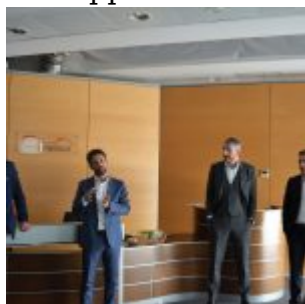
“In pochi anni il **comportamento delle persone in fase di valutazione dei possibili fornitori e conclusione dell'acquisto** è cambiato radicalmente, non solo nel mercato autotrazione”. afferma **Luca Porrini, Direttore Commerciale Divisione Autotrazione di Berner Italia**. “La **rivoluzione digitale** ha imposto un radicale cambiamento al modo di operare delle aziende. Berner non si è fatta trovare impreparata, avendo adottato molto precocemente una **strategia omnicanale**. Tutta la filiera dell'automotive dovrà passare attraverso questo cambiamento. Infatti, da un lato la possibilità per tutti gli attori della

filiere di **reperire velocemente in rete un numero elevato di informazioni** e di potere comparare moltissime offerte tra loro e dall'altro una fortissima **esigenza di efficienza di tempi e costi** spingono tutti gli attori di mercato a rivedere i propri modelli di distribuzione così come la propria offerta. Il **prodotto è ormai solo una componente delle soluzioni che offriamo ai nostri clienti**: l'offerta è infatti composta da prodotto, servizio e consulenza, che diventano sempre più strategici. Sul fronte della distribuzione e anche in fase di selezione del proprio fornitore da parte dei clienti la nostra strategia Berner prevede il **massimo controllo di tutti i touchpoint strategici**, online e offline. I nostri clienti possono informarsi sulle soluzioni Berner ed acquistare avvalendosi della nostra strategia omnicanale: **e-commerce, app, inside sales e rete vendita**. Ci tengo a sottolineare che in questo scenario il ruolo del "venditore" non diventa secondario, anzi si nobilita e riconquista la sua centralità trasformandosi in quello di **consulente specializzato**, in grado di aiutare i clienti a compiere le scelte giuste e ad essere più competitivi nel loro mercato. L'offerta, infine, viene completata da un servizio di **consulenza tecnica e formazione** per ambiti ed applicazioni specifiche così come da **un pacchetto completo di servizi dedicati alla corretta gestione del business**: dal **riordino automatico** via scanner o app al supporto e agli strumenti da noi forniti per la **gestione dei costi**". conclude Luca Porrini.

"Se guardiamo a questo mercato da un punto di vista più ampio, si possono identificare alcuni trend che certamente modificheranno ulteriormente lo scenario: temi come **l'auto condivisa, l'auto connessa, l'auto elettrica e l'auto a guida autonoma**, ad esempio, cambieranno non solo l'impiego dei mezzi da parte dei consumatori ma anche la tipologia e l'intensità dei servizi di manutenzione richiesti. Ipotizziamo un'intensità di utilizzo superiore delle vetture e quindi una aumentata esigenza di manutenzione, a cui i nostri clienti dovranno rispondere con sempre maggiore efficienza e con servizi sempre più completi e chiavi in mano. Nel post-vendita commercio online, approvvigionamento di ricambi multibrand, ingaggio digitale, riparazioni a distanza delle auto connesse e customer service mediante portali sempre più sofisticati saranno e in parte sono già temi all'ordine del giorno." spiega Luca Porrini **"I mercati richiedono una specializzazione sempre più spiccata e servizi sempre più rapidi ed efficienti**. Gli interventi di manutenzione e riparazione competenze di alto valore. Da sempre e specialmente in questo momento di grandi cambiamenti, Berner è impegnata costantemente nel sostenere i propri clienti per metterli in condizione di raggiungere nuovi traguardi e rimanere innovativi e competitivi anche nel lungo termine."



Giuseppe Massarotto, Customer Solution Manager di Berner.



Da sinistra a destra: Paolo Pollio, Responsabile post-vendita di Carfin SPA, Luca Porrini, Direttore Commerciale della Divisione Autotrazione, Marco Baroni, Amministratore Delegato e Giuseppe Massarotto, Customer Solution Manager di Berner.

© riproduzione riservata
pubblicato il 6 / 12 / 2018