

Giudici Gomme è un'officina storica di Domodossola, con oltre 60 anni di esperienza nel settore dei pneumatici, che ha scelto fin dalla prima ora di entrare nel network Driver di Pirelli in Italia. Oltre al business dei pneumatici auto, autocarro e agro, Andrea Giudici, figlio del fondatore e oggi responsabile commerciale dell'azienda piemontese, ha portato in officina la meccanica, il noleggio auto e furgoni, il commercio auto e, in questi ultimi anni e mesi, anche il business moto e bici.

Abbiamo chiesto ad Andrea Giudici, che è anche presidente dei delegati Driver in Italia (*ndr ogni regione esprime un delegato e tutti i delegati nominano il loro presidente*): **perché ha deciso di inserire anche il segmento moto e bici in azienda?**

Lo stimolo è sicuramente partito da Pirelli-Driver, ma noi abbiamo subito raccolto la sfida con entusiasmo, perché completa la nostra attività e ci consente di affermare che siamo davvero in grado di fornire al cliente un servizio completo a 360°. Quando un cliente entra nel nostro punto vendita, con qualsiasi mezzo, noi facciamo di tutto per conquistarlo e fidelizzarlo per tutti i mezzi che utilizza in famiglia. Il nostro primo obiettivo è fargli capire e vedere che gli diamo un servizio professionale e sicuro per la sua mobilità in tutte le espressioni: auto, moto e bici.

### **Quando e come siete partiti con il business dei pneumatici moto?**

Con il moto abbiamo iniziato tre anni fa, creando una zona dedicata con ponte, smontagomme e bilanciatrice, che abbiamo affidato a un ragazzo che è appassionato e corre in moto. Driver e Pirelli ci hanno assistito in tutto, ma fondamentale è stata soprattutto la formazione sia tecnica che relativa all'approccio con il cliente.

Tutti i nostri 11 dipendenti sanno lavorare su tutti i segmenti, ma ognuno è specializzato in una mansione particolare. Questo è molto importante, anche e soprattutto per parlare con i motociclisti.



### **In che cosa consiste la formazione Driver per il segmento moto?**

È una formazione completa della figura professionale: non si limita alla sostituzione del pneumatico e alla manutenzione della moto, ma arriva a definire l'approccio al cliente sotto ogni punto di vista, perfino quello lessicale. In base a come lo staff Driver si pone, infatti, il consumatore, ma soprattutto il motociclista, capisce subito se il professionista è competente oppure no.

La rete ci supporta moltissimo e poi naturalmente sta all'impegno e alla bravura del Driver sapersi differenziare dalla concorrenza.



### **Che differenze ci sono tra il cliente moto e il cliente auto?**

Sono molto diversi: il cliente moto si sente un po' Valentino Rossi ed è sempre molto più preparato rispetto al cliente vettura. Per questo motivo è importante che parli con un esperto di moto e di gomme. Io stesso, ad esempio, che corro in pista, riesco a trasmettere al cliente un senso di fiducia, perché parliamo la stessa lingua e ci confrontiamo su mescole, assetti e regolazioni. È importante saper dare ad ogni cliente le risposte giuste e il senso di sicurezza, soprattutto ai motociclisti, perché quando ti affidano la moto è un po' come se ti affidassero la cosa più preziosa che hanno!

### **È più difficile consigliare le gomme a un motociclista che ad un automobilista?**

L'automobilista chiede consiglio sulle gomme, il più delle volte non è preparato e non è pignolo. Il motociclista invece no. Il motociclista difficilmente monterà un pneumatico scelto

da me, perché arriva già convinto, sa esattamente cosa vuole ed è molto consapevole dell'importanza delle gomme per la sicurezza. Essendo molto preparato, anche tecnicamente, per convincerlo bisogna avere gli argomenti giusti e i prodotti giusti, cosa che con Driver, Pirelli e Metzeler è molto facile.

### **Il business moto quanto rappresenta nel fatturato totale dell'azienda?**

Il moto rappresenta circa il 5%, ma prima di accogliere la proposta di Driver, non lo facevo nemmeno o solo saltuariamente e non in forma strutturata. Penso sia un business destinato a crescere ancora molto ed è per noi importantissimo, anche come immagine e completamento del servizio alla mobilità del cliente a 360 gradi.

Il mio obiettivo generale è di portare l'officina a un livello di servizio medio-alto e di soddisfare il cliente in tutte le sue esigenze di mobilità, moto inclusa. E quando il cliente rimane molto soddisfatto, difficilmente contesta il prezzo perché capisce che è coerente con la professionalità.



### **E il business bici quando lo avete inserito in officina?**

È la novità di quest'anno. Stiamo completando l'allestimento della zona dedicata alle biciclette, ma siamo convinti che rappresenti un business molto interessante. Anche a seguito del Coronavirus, tantissimi italiani, io compreso, si sono comprati una bici elettrica. C'è stato un vero e proprio boom delle e-bike, ma ci sono anche le city bike, che vengono usate dalle famiglie per gli spostamenti nel weekend.

### **È un business adatto ai gommisti?**

Se riusciamo a seguirlo bene, con personale e spazi dedicati e un'offerta completa per il cliente ciclista, sono convinto che potrà portare molto lavoro in azienda e inoltre ha il vantaggio di avere una stagionalità che viene incontro alle esigenze dei gommisti, che in questo periodo lavorano meno sul vettura. Sarà decisivo capire come cavalcare al meglio

questa opportunità e individuare, in base alle zone, quale è il tipo di utente più frequente. Grazie alla collaborazione con Pirelli/Driver siamo convinti che tutto funzionerà molto bene.

### **Anche per questo prodotto/servizio è importante la formazione?**

Sicuramente. Abbiamo già fatto dei corsi con Driver e anche in questo caso riteniamo importante trovare il personale giusto e appassionato di questo segmento.

E poi è importante farlo sapere ai clienti, che offriamo anche il servizio bici. Secondo me, la miglior pubblicità è quella fatta nel punto vendita. Per questo abbiamo un espositore di gomme per bici in ufficio e uno nella sala d'attesa. Quando il cliente lo vede, capisce che può affidarci anche i suoi mezzi a due ruote, con e senza motore. Il messaggio che rimane in mente al cliente è che da Giudici Gomme può trovare tutti i prodotti e tutti i servizi necessari per la sua mobilità.

### **Giudici Gomme è uno dei progetti pilota per il business bici. È una grossa responsabilità?**

Le responsabilità, soprattutto quando si tratta di contribuire alla professionalizzazione della figura del gommista, non mi fanno paura, anzi. Quest'anno ho anche accettato di insegnare ai ragazzi dell'Enaip il lavoro di gommista, che oggi è una professione che richiede l'abilitazione.

### **È una professione che andrebbe riqualificata agli occhi del cliente?**

Sì, senz'altro. Mi fa arrabbiare quando sento dire: cosa ci vuole a cambiare una gomma? Tanto, ci vuole! Invece oggi tanti si improvvisano gommisti e si vedono in giro dei lavori fatti malissimo, magari anche su auto di grossa cilindrata o sportive. Ad oggi il gommista non è valorizzato come dovrebbe essere.

### **Per lanciare progetti innovativi ed entrare in nuovi segmenti è importante far parte di una rete?**

Secondo me oggi ogni gommista dovrebbe essere affiliato a una rete, altrimenti non può avere tutti questi vantaggi, consigli, corsi di formazione, opportunità... Noi siamo seguiti a 360 gradi e abbiamo anche la possibilità di confrontarci tra colleghi. Avere un partner è importantissimo oggi, perché ti consente di avere lo strumento giusto al momento giusto e di gestire con prontezza e professionalità tutte le esigenze e opportunità del mercato.

La nuova sfida di Driver con servizi per tutti i veicoli, anche per moto e bici: l'esempio Giudici Gomme | 7



© riproduzione riservata pubblicato il 29 / 07 / 2021