

Sul portale BGDistribuzione.com di Bologna Gomme dedicato ai gommisti sono disponibili 4 milioni di pneumatici vettura, autocarro e moto di 250 marchi, con una focalizzazione sull'alta gamma, che conta 500.000 prodotti UHP.

Per i gommisti i vantaggi di questo nuovo shop online sono molti, a partire dal fatto che non ci sono costi di entrata e di utilizzo o fatture estere da registrare, per finire con la disponibilità di prodotti di nicchia introvabili sul mercato. Il tutto con un unico interlocutore, che mette a disposizione in tempo reale numerosi magazzini di tutta Europa e un servizio clienti che parla italiano.

"Abbiamo iniziato la nostra attività di distribuzione circa 20 anni fa, configurandoci come grossista focalizzato sullo stock di misure particolari, piuttosto che su strategie commerciali sul territorio", spiega Stefano Bergonzoni, amministratore delegato di Bologna Gomme, a sua volta proprietaria del portale BGDistribuzione.com. "Siamo da sempre iper-specializzati nell'altissimo di gamma, nelle misure per auto sportive, e operiamo a livello internazionale, riuscendo a reperire i prodotti più particolari nei vari mercati mondiali, per rispondere a tutte le esigenze, anche le più singolari, dei nostri clienti italiani".

Il fattore vincente un tempo erano le informazioni, oggi la disponibilità del prodotto

I tempi però son cambiati anche per i grossisti, perché oggi ogni gommista preferisce acquistare sul venduto, anche solo due gomme alla volta, e perché il mondo elettronico ha agevolato a tutti la reperibilità delle informazioni. "Una volta il mio know-how erano proprio le informazioni, che adesso invece sono a disposizione di tutti con un click. Le logiche del mercato sono inoltre passate dall'acquisto di stock al just in time", continua Bergonzoni.

Un B2B con focus sull'altissimo di gamma e sui prodotti di nicchia



Bergonzoni Stefano
contitolare di Bologna Gomme

"Io - continua il manager - ho affrontato questo drastico cambiamento del mercato cercando di fare qualcosa di diverso: puntare esclusivamente sul portale di vendita B2B online e cercare di sviluppare l'altissimo di gamma, pur garantendo un'offerta completa per tutte le fasce di mercato, vista anche la flessione che in Italia sta vivendo il settore delle auto sportive".

Questa netta scelta di campo consente a Bologna Gomme di mantenere **una struttura**

molto snella, senza rappresentati sul territorio, ad eccezione dell'area truck dove un responsabile si occupa dello sviluppo commerciale, e allo stesso tempo di valorizzare il proprio magazzino, che di fatto diventa un tassello di una rete di strutture europee molto più ampia. Due persone in azienda lavorano a tempo pieno allo sviluppo di nuovi processi informatici per collegare in tempo reale i portali di vendita B2B, facendo in modo che BGDistribuzione.com diventi il collettore di un'enorme quantità di informazioni sui prodotti di tutta Europa e - per i gommisti e le officine italiane - la porta di accesso a un magazzino in parte reale e in parte virtuale con 4 milioni di gomme disponibili con un click. L'uso del sito è gratuito e il guadagno di Bologna Gomme consiste nel margine già incluso nel prezzo finale del prodotto.

“Nel nostro negozio online il cliente può trovare tutto, anche equipaggiamenti strani e particolari. Inoltre l'interlocutore che fa da tramite anche per gli altri magazzini europei, è unico e italiano. L'uso del portale è gratuito, anche se bisogna registrarsi, e il servizio clienti parla italiano. La consegna è anch'essa gratuita, salvo un contributo di 5 euro nel caso di ordine di un solo pneumatico, e i tempi possono variare dalle 24 alle 72 ore. Infine, in caso di esigenze particolari, siamo disponibili a fare delle ricerche sul mercato mondiale, anche per soli 4 pneumatici”, spiega Marco Magrelli, responsabile back office.

Bologna Gomme continua dunque a fare quello che ha sempre fatto, ma con una modalità diversa e più attuale, concentrandosi di più nel mercato asiatico, dove ha da anni delle collaborazioni che le consentono di movimentare volumi importanti di prodotti di alta gamma. Il tutto rimanendo comunque un'azienda di piccole dimensioni, con tutti i vantaggi in termini di flessibilità e velocità che questo comporta.

Un portale che completa l'offerta degli altri fornitori

“Il nostro portale nasce con l'obiettivo di essere per i clienti uno strumento di completamento”, sottolinea Bergonzoni. “Non pretendiamo infatti di sostituire un altro grossista, ma semplicemente di affiancare i fornitori già attivi, in tutte quelle situazioni in cui è necessario poter scegliere in un catalogo estremamente ampio e completo. Insomma la nostra strategia e il nostro obiettivo non sono di avere pochi clienti che acquistano molto, ma molti clienti che acquistano poco”.

“Un team di persone speciali”

Bologna Gomme si avvale di un team di persone, che Bergonzoni definisce “veramente speciali e appassionate del proprio lavoro”, dal back office al reparto amministrativo e alla

logistica. In particolare l'azienda ha investito molto nel reparto che si occupa dello sviluppo informatico, vero fiore all'occhiello, che le consente, anche con una struttura molto leggera, di dare risposte rapide e precise ai clienti. Due persone lavorano a tempo pieno sulla piattaforma, coadiuvate da consulenti esterni specializzati.

"Mentre un tempo a fare la differenza erano i contatti e i rapporti personali, oggi il successo del business dipende in larga misura dalle competenze informatiche, che sono davvero in grado di fare la differenza", dice Bergonzoni. "Il nostro responsabile IT è Antonio Sacco, uno dei soci dell'azienda, risorsa fondamentale di tutto il progetto. Avere una risorsa interna iper-specializzata come lui è infatti un'opportunità straordinaria, perché ci consente di gestire la piattaforma nel migliore dei modi, come nessuna agenzia potrebbe fare, senza contare poi i costi e i tempi biblici di un servizio esterno".

Il team che si occupa di BGDistribuzione fa parte della struttura più complessa di Bologna Gomme conta oggi una quarantina di persone.

Bologna Gomme è stata fondata circa 50 anni fa da Pasqualino Sacco. Inizialmente era una semplice attività di gommista con un unico punto vendita, ma poi, grazie alla lungimiranza del figlio Nello Sacco (attuale CEO di Bologna Gomme), l'azienda a fine anni novanta ha iniziato un processo di cambiamento, che le ha permesso di crescere e resistere sul mercato, anche in questi ultimi anni di cambiamenti epocali.

3000 articoli con il miglior prezzo

"La strategia di BGDistribuzione è semplice", continua Bergonzoni. "Cerchiamo di offrire sempre prezzi molto interessanti. In un mercato iper-competitivo, fatto soprattutto da grossisti con strutture immense e forze vendita infinite, noi non potevamo di certo competere dal punto di vista del servizio e dalle proposte di marketing. Per questo abbiamo deciso di puntare ad offrire il maggior numero possibile di articoli con dei prezzi vincenti. E' un lavoro che consuma tante energie, ma ci sta dando ottimi risultati in termini di crescita e di acquisizione di nuovi clienti".

Nel portale sono disponibili circa 25.000 tipi di pneumatici diversi per un totale di circa 4 milioni di pezzi e di questi circa 3.000 articoli si piazzano, nei portali di riferimento e nei comparatori di prezzi online, sempre al primo posto o nelle primissime posizioni di ricerca, superando anche i maggiori competitor europei.

Le giacenze sono sotto controllo e il DOT diventa un'opportunità

Un altro aspetto fondamentale e strategico di questo progetto è il magazzino, che oggi ruota

20 volte all'anno. Bologna Gomme ha addirittura previsto una sorta di 'data di scadenza' per ogni gomma che entra nel suo stock e, ogni volta che questa data si avvicina, il sistema lancia degli alert, innescando una serie di meccanismi, per cui tutti i punti vendita fisici, B2B e B2C di Bologna Gomme promuovono la vendita di quel prodotto. In pratica un meccanismo virtuoso che consente di monitorare le giacenze 24 ore su 24, con sistemi automatizzati.

Non tutti i mercati sono uguali e, se in Italia o anche in Germania, la data di produzione della gomma è sotto la lente d'ingrandimento del cliente finale, in altri Paesi questo aspetto ha meno importanza. "Per questa ragione il Dot può diventare un'opportunità, - conclude Bergonzoni - in quanto i pneumatici che vengono scartati in Europa per via del Dot troppo datato li possiamo proporre in altri mercati dove il Dot non è un'informazione rilevante. Invece per il mercato italiano, che è molto attento e sensibile a questa informazione, mettiamo a disposizione un magazzino dove il 90% delle gomme rimangono in giacenza al massimo 3 mesi o una stagione. Questo sistema ci permette di non accumulare mai Dot vecchi".