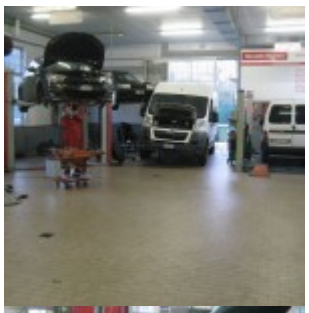
Questione di punti di vista. Essendo all'interno della galassia gomme abbiamo sempre ragionato sulle opportunità o difficoltà che incontra un gommista a inserire delle nuove attività, come la meccanica leggera o il servizio revisioni. Ma oggi avviene spesso anche il percorso inverso e generalmente risulta più facile, viste le forti competenze tecniche delle officine, ma – a quanto pare – anche grazie alle loro competenze amministrative e commerciali. Le difficoltà per chi inserisce il servizio gomme in officina derivano piuttosto dallo scontrarsi con un modello organizzativo più arretrato, talvolta poco chiaro nelle normative e lacunoso nel fornire gli strumenti adeguati per una corretta gestione informatica.

E' quanto ci racconta Filippo Masiero, figlio del titolare di un'officina autorizzata di Vigonza in provincia di Padova. Internazionale Auto è stata fondata nel 1975 e offre assistenza meccanica, carrozzeria, elettrauto, soccorso stradale, noleggio, vendita auto nuove e usate. Da circa un anno e mezzo Internazionale Auto offre anche il servizio gomme.

La proposta di ampliare la gamma dei servizi con le gomme è arrivata dalla Casa automobilistica, ma è stata accolta da Masiero per la consapevolezza che il sistema è in pieno cambiamento e che bisogna continuare a investire e fare cose nuove per essere competitivi. A questo si aggiunge la possibilità di occupare i dipendenti in momenti in cui magari sarebbero stati senza lavoro.

"Abbiamo fatto un'analisi di fattibilità, calcolando costi fissi, punto di pareggio e marginalità, in modo da applicare il giusto ricarico in funzione del tempo dedicato e dell'ammortamento delle attrezzature", spiega Masiero. Il primo passo è stato l'acquisto delle attrezzature più avanzate e la formazione dei tecnici. Dopo di che Auto Internazionale ha messo a frutto le sue capacità commerciali per avviare una vera e propria strategia di marketing, particolarmente necessaria perché i prezzi finali dell'officina sono più alti di quelli del gommista. "Abbiamo fatto pubblicità con flyer nella zona del nostro bacino di utenza, ma soprattutto spieghiamo ai clienti perché il nostro servizio costa di più: utilizziamo apparecchiature all'avanguardia, facciamo delle verifiche sul corretto assetto delle gomme, ecc. Sta al cliente decidere se scegliere un prodotto/servizio di maggior qualità o meno. L'errore comune dei gommisti è di vendere un prodotto senza specificare cosa vendono. E' gravissimo: se vendono il prezzo annullano il vantaggio competitivo e si distruggono da soli", continua Masiero. La società padovana (*n.d.r. che occupa 7 persone*) può inoltre contare anche su strumenti maturati nell'esperienza come officina, come ad esempio il canale finanziario, la possibilità cioè di pagare a rate, o l'abitudine a valutare la soddisfazione del cliente. "A fine mese facciamo delle interviste a tutti i clienti per capire se sono soddisfatti, perché se non sei competitivo, in termini di prezzo o di servizio, devi capirlo prima possibile. Il risultato comunque è positivo e il 90% dei clienti ha la percezione

che i pezzi di ricambio o le gomme costino molto, ma non che il meccanico o il gommista ne approfitti o dia un cattivo servizio.”

Tutto bene quindi, tanto che Masiero ha già in mente altri progetti per far crescere il business delle gomme, anche se qualche difficoltà in verità ce la segnala: “Quello che manca è il supporto, anche il più banale come fornire i listini in formato excel, da parte dei fornitori. In questo settore sembra che viga ancora una sorta di burocrazia e fumosità, che mira a non pestarsi troppo i piedi tra concorrenti. Il settore non è assolutamente in crisi se questo è il modo di lavorare, sono le persone che sono in crisi e non hanno capito che il mondo è cambiato e che ci si deve adeguare alla nuova domanda globale e alla tecnologia, pena l’estinzione. Il rischio è che nel giro di qualche anno molte aziende spariscano, perchè il mercato non perdona “, conclude Masiero.