Entrando in Gruppo Gemini nel 2011, come socio fondatore, la modenese Union Pneus Italia ha avuto modo di conoscere meglio e instaurare un rapporto di fiducia con Antonio Andreucci e su di lui ha puntato quest'anno per avviare una fase di forte ristrutturazione per rimanere competitiva in un mercato che negli anni si è profondamente trasformato.

"Con Roberto Chiossi e i fratelli è nato un rapporto di amicizia e di stima; – dice Andreucci – hanno avuto la lungimiranza di capire che è giunto il momento di aggiornare l'azienda, che è cresciuta bene, è sanissima, ma che, per giocare un ruolo un po' più importante sul mercato, ha bisogno di aggiornarsi".

La collaborazione è iniziata a gennaio e da febbraio l'assemblea dei soci di Union Pneus ha affidato ad Andreucci la carica di presidente, necessaria per l'operatività quotidiana e l'assunzione di decisioni strategiche.

Da sinistra seduti: Roberto Chiossi e Antonio Andreucci; in piedi: Marco Bartoli e Luca Chiossi

"Abbiamo avviato una trasformazione a 360 gradi: amministrazione, informatica e forza vendita", spiega il manager. "Ci aspettiamo i primi risultati tangibili nella seconda metà del 2016, perché stiamo andando a toccare i punti nevralgici del sistema e in particolare la cultura commerciale".

La figura dell'agente è il fulcro della trasformazione avviata da Andreucci, che nel giro di alcuni mesi ha rinnovato la forza vendita, perché – dice – "i metodi di vendita di oggi non sono più quelli del 1995 e se un uomo di vendita non si aggiorna non serve più e non perché sia l'azienda che non lo vuole, ma perché è il mercato stesso che lo rifiuta".

Il vero nemico del rappresentante, come era inteso nel passato, sono i B2B, secondo Andreucci, "perché se l'agente va a trovare il gommista e gli racconta le stesse cose che ci sono online, il suo ruolo è inutile. L'agente deve avere dei contenuti, saper spiegare la strategia di un'azienda o di un brand, deve essere in grado di fornire una consulenza spicciola su normative, ordinanze, TPMS, deve insomma saper trovare una soluzione alle difficoltà e alle esigenze quotidiane del singolo cliente".

Sulla base di questa convinzione, il nuovo presidente di Union Pneus ha rinnovato metà della forza vendita dell'azienda e sogna di creare questa nuova figura professionale di venditore-consulente, che oggi manca nel settore pneumatici. Per cui porte aperte ai

giovani, ragazzi ma anche – perché no? – ragazze, a tecnologia, informatica, innovazione, ma soprattutto capacità di assorbire i concetti e di creare empatia con i clienti.

"Penso di essere il primo nel settore a promuovere una figura di venditore completamente nuova, non la versione orale del B2B, che fa due euro in meno rispetto al concorrente, ma un giovane professionista adeguato al mondo di oggi, che è profondamente cambiato rispetto a 20 anni fa. Questa è la sfida che io e Union Pneus vogliamo vincere", spiega Andreucci.

E l'obiettivo finale è, naturalmente, espandere l'area di distribuzione dell'azienda modenese: "da circa un mese siamo ufficialmente operativi in Calabria, dove ci appoggiamo a una logistica esterna e dove abbiamo organizzato un bell'evento, con un centinaio di partecipanti, per presentarci al mercato. Nei piani a breve termine ci sono inoltre il potenziamento del servizio all'Emilia Romagna e l'ampliamento della forza vendita e delle quote in Veneto, – conclude il presidente – perché con i costi aziendali e la marginalità che ci sono oggi, diventa fondamentale raggiungere una massa critica in modo strutturato".