

Dopo oltre vent'anni di esperienza presso multinazionali del settore automotive, Ivan Necandri lancia Business Partner, una società di consulenza rivolta agli operatori del settore quali concessionarie auto e truck, officine, dealer di pneumatici e autoriscambisti.

Le competenze dello staff di Business Partner derivano da esperienze manageriali presso aziende quali Pirelli, Michelin, Continental Daf, Man e Bp. Si aggiungono alle figure senior, dei giovani talenti, desiderosi di costruire un percorso professionale molto specifico nell'area della consulenza strategica, provenienti dalle Università di Milano e Piacenza.

Business Partner si sviluppa in un contesto in cui le dinamiche di mercato sono cambiate e stanno ulteriormente cambiando rapidamente.

Il format di consulenza, proposto direttamente agli operatori del settore, tramite accordi con le rispettive Case madri, interessa tre aree principali:

- la consulenza in ambito finanziario e di business,
- la consulenza in ambito risorse umane
- la consulenza nello sviluppo di nuovi progetti, che aprono le porte a nuove opportunità di business presso gli operatori desiderosi di coglierne il valore e farne una nuova area di sviluppo e differenziazione.



*“La competitività di oggi e del futuro, gioca la sua partita sulla capacità dell’Organizzazione nel saper gestire i numeri del proprio business, nel saper cambiare in velocità e nel modo corretto la propria strategia e nel poter disporre di un team competente e motivato”, spiega **Ivan Necandri**.*

*“Il primo pacchetto di consulenza relativo al **business**, principale know-how di Business Partner, vuole massimizzare la profittabilità e l’efficienza del punto vendita”, continua Necandri. “Quello che stiamo facendo è mettere a disposizione delle reti tutta l’esperienza maturata in questi anni, in cui abbiamo vissuto e gestito con passione le più svariate*

*opportunità e, talvolta, criticità del settore a cui si rivolge il nostro servizio. Alcune Case di diversi settori hanno percepito tale valore e particolarmente apprezzato il format Business Partner, richiedendo l'esclusiva sulla rete nazionale. Una novità introdotta recentemente in questo ambito è il modulo di **Digital Marketing**, che consente al punto vendita di creare, a livello locale, le proprie campagne web per la gestione dei lead, grazie a 4 moduli webinar che insegnano a costruire da sé una campagna di advertising, utilizzando al meglio gli strumenti AdWords, Facebook e LinkedIn.*



*Il secondo aspetto interessante riguarda la **gestione delle risorse umane**. Il processo di acquisto e di gestione del service oggi è completamente cambiato: i clienti e gli utilizzatori finali sono decisamente informati e vogliono garantirsi un'esperienza d'acquisto di alto livello. È chiaro quindi che il successo di un'azienda passa attraverso l'efficacia e l'efficienza delle persone del team, dai venditori a chi gestisce il service agli addetti del post-vendita. Proprio questo aspetto è il focus del modulo Risorse Umane di Business Partner. Selezioniamo le figure chiave della vostra attività, le formiamo per renderle pronte ad operare rapidamente nel ruolo e facciamo un'analisi di tutto il team presente in azienda, per capire le soft skill di ciascuno e definire il piano di approccio che il Management deve avere sulle specifiche persone”.*

Relativamente all'aspetto della **selezione delle persone**, Business Partner sta lanciando diverse iniziative per agevolare il recruiting, in particolare di figure quali meccatronici, venditori auto e truck, service manager, accettatori e gommisti. *“Con questo obiettivo - dice Necandri - stiamo chiedendo la collaborazione delle concessionarie, che saranno poi i beneficiari finali della disponibilità di professionisti formati e pronti ad operare nelle proprie relative realtà. Rappresenta quindi un investimento a medio termine per la propria azienda, particolarmente maturo e lungimirante”.*

La terza area, relativa allo **Sviluppo di Nuovi Business** propone invece al mercato tre pacchetti “chiavi in mano” per introdurre all'interno del proprio punto vendita o della propria concessionaria tre nuove attività quali la gestione dei pneumatici, la manutenzione del semirimorchio e l'attività di allineamento.

“A pochi mesi dall’inizio dell’attività, - conclude Necandri - siamo molto motivati dal fatto che il mercato sta già riconoscendo il valore aggiunto della nostra offerta. Abbiamo obiettivi ambiziosi e, a medio lungo termine, contiamo di diventare un punto di riferimento del know-how di tutto quanto il settore”.

Ulteriori informazioni sono disponibili sul sito bpartner.me, che in questo periodo è in fase di costante aggiornamento e implementazione. Il sito conterrà fra l’altro anche un modulo dove potranno incontrarsi la domanda di candidati delle concessionarie con l’offerta di giovani interessati ad intraprendere un percorso di carriera specializzato nell’ambito dell’automotive.