Si è svolto a Lecce, una decina di giorni fa, l'incontro che il distributore regionale Gomma Service organizza ogni anno per illustrare le strategie commerciali ai propri clienti. "Normalmente ci incontriamo in dicembre, ma quest'anno le aziende produttrici hanno tutte posticipato la comunicazione delle informazioni per il 2013 e quindi anche noi abbiamo fatto slittare il meeting a gennaio", dice Sergio Valletta, responsabile marketing di Gomma Service. Alla riunione hanno partecipato anche i responsabili delle Case, che hanno illustrato nel dettaglio le novità dei network R6, GD Dealer, Fulda Point e Hankook Master.

Il focus dell'incontro ha riguardato la nuova strategia di marketing di Gomma Service, che punta con decisione sui programmi di fidelizzazione del cliente finale, un obiettivo che, secondo l'azienda, può essere raggiunto solo se i tradizionali agenti di vendita si trasformano in veri e propri consulenti. "Il compito dell'agente – ci spiega Valletta – dovrà essere quello di aiutare i rivenditori a creare un legame con i clienti. Operativamente questo significa raccogliere le informazioni e il profilo dei clienti in un database che consenta poi di avviare una campagna di comunicazione, via email e sms: dagli auguri agli inviti per un check up gratuito per tutta la famiglia."

Un'altra iniziativa che Gomma Service lancerà quest'anno è il mezzo di cortesia: bici, scooter o auto personalizzate con il nome del gommista, che vengono messe a disposizione al raggiungimento di un punteggio stabilito in base all'incremento di fatturato.

"Nel 2012 abbiamo aumentato il numero di clienti, che oggi sono 690 e che nel 2013 vogliamo fare arrivare a 900, grazie anche all'inserimento di due nuovi agenti, uno fra Taranto e la Basilicata e uno nella zona di Bari", continua Valletta. "Tuttavia l'annata è stata molto difficile, per non dire tragica, anche perché non eravamo preparati e le Case ci hanno invogliato a fare acquisti come nel 2011, che era invece stato un anno eccezionale. Quando poi tutti, visto l'andamento delle vendite, hanno abbassato i prezzi, si sono create forti tensioni, perché, avendo acquistato "male" era difficile rivendere salvaguardando i margini. Pochissime Case sono intervenute sulle giacenze; alcune hanno accusato il colpo e sono addirittura scomparse. Ovviamente i margini ne hanno sofferto."

Per quanto riguarda le previsioni per il 2013 Valletta non è particolarmente ottimista, ma un aspetto positivo lo vede di sicuro: "sapendo che piove, questa volta non saremo colti di sorpresa."

Alcuni numeri del Meeting 2013:

126 ragioni sociali

145 presenze nella sala conferenze

85 partecipanti al tour guidato di Lecce intitolato "Nel cuore del barocco"

230 invitati che hanno apprezzato la rinomata cucina dell’Hotel President

120 rose rosse donate alle rappresentanti del "gentil sesso"

“Il 2012 è stato molto difficile e i margini hanno sofferto parecchio. Anche il 2013 sarà un anno complesso, ma lo affrontiamo con consapevolezza e preparati”, ha dichiarato Sergio Valletta, responsabile marketing di Gomma Service nel corso del meeting annuale

Alla cena nell’Hotel President di Lecce hanno partecipato 230 ospiti

© riproduzione riservata

pubblicato il 5 / 02 / 2013