

Ci sono tre principali caratteristiche che distinguono il portale www.gomme-auto.it da altre piattaforme di vendita online di pneumatici. Due sono più tecniche e una più strategica. A livello tecnico, gomme-auto.it è in grado di comunicare al cliente, nella pagina di dettaglio del prodotto, sia la data di consegna prevista che il numero di DOT stimato. Da un punto di vista strategico, gomme-auto.it è un sito italiano, ma tra i fornitori ha anche un distributore straniero ed ha intenzione di allargare il proprio raggio d'azione in Europa. Come i siti di Delticom o di altre aziende europee propongono la loro piattaforma in lingua italiana al mercato italiano, così nelle intenzioni di gomme-auto.it c'è un progetto che va oltre l'Italia.

Ne abbiamo parlato con Max Favilli, fondatore e proprietario unico di gomme-auto.it.

PN: Come è nata l'idea?

MF: Da 16 anni lavoro nel settore informatico alla realizzazione di sistemi informativi per grandi aziende in Italia e, soprattutto negli ultimi anni, all'estero. Nel 2006 fui l'ideatore di gommistaspecialista che fondai assieme ad altri sette soci. La difficoltà di mettere d'accordo tante teste mi ha portato però l'anno scorso a scegliere di iniziare questo nuovo cammino da solo. Mi avvalgo naturalmente della collaborazione di alcuni professionisti: un graphic designer, un esperto di SEM/SEO ed un programmatore.

PN: cosa distingue gomme-auto.it dagli altri siti di e-commerce di pneumatici?

MF: La nostra piattaforma presenta due caratteristiche uniche, che ad oggi nessun altro nostro competitor offre:

- 1) Sia nella pagina di dettaglio del prodotto che nella pagina ordine viene mostrata la data di consegna prevista, calcolata dal sistema sulla base del deposito di partenza del prodotto e l'ora e il giorno correnti, tenendo conto di giorni festivi, weekend, orario di pickup del corriere e tempi di consegna da parte del corriere.
- 2) Per il DOT, che è certamente una informazione molto richiesta non solo a noi ma a tutti i B2C del pneumatico, abbiamo cercato di spiegare, nelle FAQ, che è sicuramente importante ma che deve essere valutato considerando anche le condizioni di stoccaggio e in particolare l'esposizione alla luce solare. Se stoccati correttamente al buio, dei pneumatici prodotti nel 2011 sono più nuovi di pneumatici 2012 conservati per mesi alla luce da un gommista.

Inoltre, nella pagina di dettaglio del prodotto, viene mostrato il DOT "stimato" sulla base delle date di consegna dal produttore al deposito. A tutti i clienti viene anche inviato un questionario in cui si chiede di indicare il DOT ricevuto ed i tempi di consegna effettivi.

Questo ci consentirà di avere delle statistiche, che metteremo presto online, sui DOT consegnati e sulle tempistiche reali.

Che io sappia, siamo gli unici ad indicare la data di consegna prevista ed il DOT stimato prima dell'acquisto. E non solo in Italia.

PN: Chi sono i grossisti/distributori di pneumatici che rappresentano il vostro magazzino virtuale? Possiedono dei legami societari o sono solo dei fornitori?

MF: Sono solo fornitori. Esperienze passate e 6 anni di incontri e discussioni con alcuni dei principali distributori italiani mi hanno fatto capire che, non solo in letteratura, ma anche nella realtà, è impossibile far cambiare mentalità ad una azienda "brick and mortar" (ndr: letteralmente "mattoni e malta", a distinguere la vendita tradizionale "fisica" da quella online "virtuale").

Ad oggi lavoriamo con quattro grossisti/distributori, tre in Italia e uno all'estero per un totale di circa 200.000 pezzi costantemente disponibili in magazzino.

PN: Il ruolo di gomme-auto.it è solo d'intermediazione?

MF: Gomme-auto usa il tradizionale modello del drop-shipping: raccolto l'ordine dal cliente inoltriamo un ordine al nostro fornitore che consegna direttamente al cliente finale.

PN: Quali sono i vantaggi di entrare in rete per un grossista?

MF: Vendiamo in tutta Italia e presto anche in altri paesi europei, quindi per il grossista è un nuovo mercato che si apre. Se guardiamo ai grossisti italiani, tutti di dimensioni modeste se confrontati con l'estero, il bacino geografico che servono è limitato, e non si estende a tutta l'Italia.

Oggi quasi tutti i distributori vendono online ad uno o più siti web di e-commerce, anche se quasi nessuno lo ammette. Quindi una buona domanda è che cosa distingue noi dagli altri. Prima di tutto la professionalità, in secondo luogo i dati e le analisi sulla vendita online dei pneumatici e la competitività dei loro prezzi.

Nei prossimi mesi poi lanceremo dei nuovi "prodotti" in termini di soluzioni di e-commerce per grossisti e gommisti. In questo momento ci stiamo ancora lavorando e preferiamo mantenere la riservatezza, ma presto saremo online.

PN: Ci sono dei gommisti "convenzionati" come centri di montaggio?

MF: Al momento non abbiamo gommisti convenzionati per l'installazione, ma è un punto su cui - come accennato sopra - stiamo lavorando.

PN: In termini di volumi, che risultati avete avuto nel 2012 e che obiettivi volete raggiungere nel 2013?

MF: Nel 2012, siamo partiti il primo di settembre e, in soli quattro mesi, abbiamo consegnato 700 ordini per circa 2.500. Nel 2013 puntiamo a 10.000 pezzi e circa 3 milioni di fatturato. Quest'anno contiamo inoltre di lanciare la versione della piattaforma per il mercato tedesco.

PN: Quale è la vostra opinione sul futuro di questo canale di vendita?

MF: Oggi in Italia i B2C di vendita di pneumatici nascono e muoiono molto velocemente; noi infatti monitoriamo solo i principali: gommadiretto, 123gomme, oponeo, cerchigomme, webpneumatici.

Ma una cosa è certa, tra 10 anni la maggior parte dei pneumatici verrà venduta online. La crescita della vendita online dei pneumatici è rallentata dalla necessità di un installatore qualificato e dalla scarsa integrazione tra e-commerce e centri di montaggio.

L'e-commerce in Germania muove oggi il 15% del volume totale di pneumatici venduti in un anno, nella Repubblica Ceca è il 35%, in Italia si stima sia solo fra il 3 ed il 4%. Nel nostro Paese pesano la minor penetrazione di internet, l'età media molto più alta e la minore propensione al pagamento elettronico. Però è sicuramente un mercato in crescita costante.



© riproduzione riservata
pubblicato il 8 / 02 / 2013