

E' online da fine marzo e appartiene alla società inglese Street Innovation Business Ltd il portale Prima Gomma, che offre ai gommisti la possibilità di confrontare le condizioni di vendita dei pneumatici di tutti i propri fornitori con un'unica ricerca. Meno siti da dover aprire, meno tempo perso e meno stress per il gommista, che riesce a finalizzare un maggior numero di vendite sui preventivi fatti. Ma i vantaggi ci sono anche per i grossisti, che possono avere una visibilità molto più ampia presso la vendita al dettaglio e ottimizzare così il lavoro dei propri rappresentanti sul territorio. Ne abbiamo parlato con Lorenzo Guidi, Responsabile Prodotto di Prima Gomma.

PN: Chi è Street Innovation Business Ltd?

PG: E' una società di consulenza e servizi che opera in ambito gestionale, commerciale e finanziario, prevalentemente nel settore automotive e in particolare con autoconcessionari, officine e gommisti. Da qui è venuta al titolare della società, Ryan Maschott, l'idea di proporre sul mercato italiano questo software e questo servizio, che agevolano il lavoro del gommista.

PN: Perché proprio in Italia?

LG: Il mercato dei pneumatici italiano ha una caratteristica che lo distingue da tutti gli altri: la micro-frammentazione della distribuzione. In Italia c'è una moltitudine di piccoli grossisti e di piccoli imprenditori e questo ha creato negli anni delle dinamiche molto particolari. Il nostro obiettivo è quello di offrire uno strumento utile ai gommisti per districarsi in un marasma di offerte e fornitori.

Per il momento siamo presenti solo in Inghilterra e Italia, ma stiamo sviluppando dei portali analoghi per Germania, Francia e Spagna.

PN: Esiste una struttura anche in Italia?

LG: Abbiamo un ufficio con 4 persone, in aggiunta a 2 collaboratori che da Londra gestiscono la parte amministrativa. Ci avvaliamo inoltre dei servizi di alcune società estere, con cui abbiamo instaurato delle collaborazioni fisse. Insomma siamo una società 2.0 a tutti gli effetti, con partner dislocati in vari Paesi del mondo.

PN: Come è strutturato il progetto di Prima Gomma?

LG: Prima Gomma ha debuttato sul mercato italiano a fine marzo, invitando i gommisti a provare la piattaforma gratuitamente, in qualità di tester, in modo da capire se c'erano degli

aggiustamenti da fare al software. Lascieremo ancora un paio di settimane di tempo per aderire alla fase di test gratuita e poi lanceremo definitivamente il servizio. Naturalmente ai pionieri che hanno aderito alla fase di prova riserveremo un'offerta dedicata, ma anche a tutti gli altri cercheremo di proporre un prezzo politico, nel vero senso della parola.

PN: Come funziona Prima Gomma?

LG: In pratica ogni gommista apre un account personale, dove inserisce i dati dei propri fornitori e li configura in modo che, con un'unica ricerca, nella stessa pagina può confrontarne le offerte in maniera facile e immediata, senza dover perdere tempo a consultare i B2B uno a uno e senza doverne memorizzare le informazioni.

PN: Come vengono gestite la riservatezza dei dati e la privacy?

LG: Siamo estremamente attenti al rispetto della privacy e utilizziamo dei sistemi di sicurezza di ultima generazione, in cui tutti i dati sensibili vengono criptati e sono disponibili esclusivamente alle autorità in caso, ad esempio, di denuncia per furto. Nemmeno noi abbiamo accesso ai dati.

PN: Questa piattaforma comparativa potrebbe mettere in difficoltà i grossisti, esasperando la centralità del prezzo rispetto alle altre caratteristiche dell'offerta?

LG: No, in realtà è più un pregiudizio che altro, perché facendo un'analisi reale della situazione del mercato, è evidente che conviene sfruttare i vantaggi che oggi la tecnologia offre. La maggior parte dei grossisti italiani, infatti, ci sta seguendo con interesse; molti sanno che il loro B2B viene già consultato all'interno del nostro sistema e in alcuni casi ci hanno anche agevolato le informazioni. Questo dimostra che sono consapevoli dei vantaggi che possono trarne.

Del resto non bisogna cadere nell'equivoco di fondo: pensare che il gommista non confronti le offerte. E' un errore! Con o senza il nostro software, i gommisti sono abituati a mettere a confronto i propri fornitori. E' anche vero che non acquistano solo in base al prezzo, ma sono attenti a molti altri elementi, che fanno la differenza, soprattutto quando il delta del prezzo è basso.

Prima Gomma intende agevolare la vendita al gommista, che può elaborare l'offerta più adatta - in termini di marca, prodotto, disponibilità, urgenza, prezzo, ecc. - in base al cliente che ha davanti. Sono tutti valori fondamentali.

PN: Quanto tempo può risparmiare un gommista?

LG: Dipende dal numero di fornitori, ma in genere i gommisti hanno almeno una decina di aziende con cui lavorano e quindi, se in una giornata devono cercare 10 gomme, potrebbero fare circa 100-130 ricerche, aprendo i vari siti. Con Prima Gomma per cercare 10 gomme, faccio invece solo 10 ricerche, riducendo i tempi e lo stress e aumentando la probabilità di concludere la vendita.

PN: Verrà offerta anche una consulenza ai gommisti?

LG: Sì, nei prossimi mesi abbiamo anche intenzione di proporre ai gommisti dei format di consulenze per migliorare le tecniche di vendita e di accoglienza del cliente. A differenza delle Case, il nostro punto di vista è neutro e ci consente di focalizzarci sulle necessità del singolo cliente, senza confliggere con quello che imparano dalle Case. Le due aree in cui i gommisti italiani dovrebbero raffinarsi sono la gestione della contabilità e l'attività commerciale. A livello tecnico invece, i gommisti italiani sono, secondo noi, i migliori in Europa, perché sono molto più accurati e professionali. Purtroppo però oggi non ci sono più i margini di una volta e anche i gommisti devono aumentare i servizi e curare maggiormente il marketing e l'accettazione dei clienti.

Abbiamo già dei consulenti senior preparati sul settore e ne stiamo formando degli altri free lance per seguire l'attività di consulenza sul territorio, che diventerà forse più importante ancora del portale B2B.

PN: Quali sono invece i vantaggi per i grossisti?

LG: Anche per loro Prima Gomma è una grande opportunità, perché il costo più significativo e problematico per un grossista è proprio la visibilità, la presenza sul mercato. Puoi avere il prodotto migliore al miglior prezzo, ma se il cliente non lo sa è come non averlo. L'unico mezzo oggi a disposizione dei distributori sono i rappresentanti, ma ciascuno di loro può riuscire a seguire 120-150 rivenditori al massimo, di cui circa il 30% sono dei buoni clienti. Se invece il distributore è disponibile con tutta la sua gamma in una piattaforma facilmente consultabile, ha l'opportunità di essere preso in considerazione tutti i giorni, sempre e comunque, da molti rivenditori. Il ruolo del rappresentante rimane fondamentale, ma diventa un'azione migliorativa rispetto al primo approccio online. A quel punto il rapporto umano può diventare determinante, perché avere un rappresentante che, quando il gommista ha un problema, lo sa risolvere è un valore che non ha prezzo e che viene riconosciuto più di quanto si creda.

Grazie a Prima Gomma il grossista risolve il primo dei dilemmi “esserci” dal cliente e le opportunità che il servizio gli può dare sono molte altre e secondo noi fondamentali per un'azienda proiettata in avanti. Se per il gommista i vantaggi sono palesi ed evidenti, anche per il grossista sono molteplici.

A breve inoltre vorremmo offrire anche una consulenza ai distributori di piccole e medie dimensioni, che stanno affrontando una fase complessa dell'evoluzione del mercato.

PN: Avete intenzione di rivolgervi anche ai consumatori in futuro?

LG: Assolutamente no, il B2C non lo prendiamo nemmeno in considerazione. In qualità di società di consulenza il nostro target sono esclusivamente le imprese.

PN: Quanti sono i tester e come stanno reagendo, in considerazione anche del fatto che sono rimasti scottati da un analogo portale che all'improvviso ha chiuso?

LG: Ne abbiamo sentito parlare, ma il nostro servizio - tanto per cominciare - costerà molto di meno. In ogni caso, il successo che aveva avuto quel portale dimostra che molti avevano capito il valore del sistema, che fa risparmiare tempo e soldi e che soprattutto fa guadagnare di più: se so cosa vendere, su 10 preventivi ne porto a casa 7. Mentre oggi su 10 clienti entrati se va bene la media è di solo 4. I tester al momento sono il 2% del mercato composto da 8.000 gommisti professionisti. Pensiamo di raggiungere il 3% entro la fine di settembre che è il limite massimo di Tester che ci siamo dati. Per poi iniziare la campagna di lancio del servizio. Sarà naturalmente sempre possibile registrarsi per un periodo di prova gratuito, ovviamente senza i vantaggi che abbiamo riservato ai soli Tester.

PN: Il web è un percorso necessario nell'evoluzione del settore?

LG: Il mercato sta registrando un'altalena di aziende che aprono o chiudono, l'arrivo di siti di e-commerce, l'approccio a internet delle Case, insomma una serie di fenomeni che in un certo senso chiudono le ali al grossista tradizionale. Ecco perché bisogna cominciare a guardare le cose in maniera completamente diversa. In Italia ci sono alcuni grossisti molto attenti a queste evoluzioni e altri, invece, che continuano a investire in magazzini e a ragionare come una volta, senza avere però più la marginalità di una volta. Inoltre piano piano stanno arrivando in Italia anche tutti i grossisti europei e quindi oggi più che mai i player italiani dovrebbero fare una politica più aggregante e rassicurante per il mercato.