

Quello che contraddistingue il franchising del GruppoGemini, denominato Gemini Store, è soprattutto l'indipendenza ovvero l'equidistanza dalle case produttrici. Ci sono poi naturalmente tutti i vantaggi di far parte di un network che coordina al meglio le attività e le iniziative commerciali comuni. Non ultimo il beneficio di poter accedere di diritto agli accordi di fornitura con le principali società di leasing.

Questi sono in sintesi i punti di forza del nuovo progetto presentato il 14 e 15 dicembre 2012, presso l'Hotel Radisson Blu di Roma, nella convention di GruppoGeminini, a cui hanno partecipato tutte le aziende del gruppo e la loro forza vendita, per un totale di oltre 100 ospiti.

"Scopo della convention era proprio la presentazione del programma di affiliazione Gemini Store, rivolto ai rivenditori specialisti e ricco di progetti e iniziative che consentiranno di affrontare con ottimismo e professionalità le sfide e le difficoltà dei prossimi anni", afferma Antonio Andreucci, presidente di GruppoGemini.

PN: Quali sono, secondo GruppoGemini, gli elementi che colorano di ottimismo l'anno appena iniziato?

AA: In effetti il sell in nel 2012, con 24.500.000 pezzi, ha perso il 20% in termini di quantità rispetto all'anno precedente. Il dato però è falsato, perché i numeri realizzati nel 2011 erano il risultato di un esagerato ottimismo del sistema, che ha generato acquisti non razionali, creando una situazione di notevole over-stock nella filiera. Se consideriamo la media del biennio 2011-2012, abbiamo circa 27.600.000 pezzi, un dato più reale, che ridisegna un andamento del mercato stabile, anche se non euforico.

PN: Quindi anche il 2013 dovrebbe rimanere in linea...

AA: Sì, possiamo immaginare un 2013 con andamento analogo e in una situazione di inizio anno, in termini di scorte, estremamente più positiva.

PN: Come è cambiato il mercato dei pneumatici?

AA: Rispetto agli anni '80 il mercato dei pneumatici ha subito un'evoluzione fortissima, sia per quanto riguarda i prodotti (auto e gomme), che sono sempre più sofisticati e tecnologici, sia per quanto riguarda la distribuzione. Abbiamo visto entrare sul mercato italiano molti nuovi produttori e molti nuovi marchi e si è affermato il ruolo dell'azienda di distribuzione, che oggi rappresenta il 72% delle vendite. Di conseguenza anche i programmi di affiliazione e controllo sono proliferati e sono comparsi gli strumenti informatici B2B e B2C. Oggi le

vendite online B2C non arrivano al 2%, ma il canale B2B ha trasformato il metodo di lavoro dei gommisti, costringendo la forza vendita ad assumere un ruolo nuovo, dove quello che conta sempre di più è il fattore umano. L'obiettivo del venditore deve essere oggi soddisfare i bisogni reali del gommista, valorizzare i programmi di marketing e fidelizzare il cliente.

PN: Nel caso di GruppoGemini la fidelizzazione è all'azienda di distribuzione o ai marchi?

AA: Il nostro obiettivo è fidelizzare il gommista all'azienda di distribuzione e al suo programma completo, che non è mirato agli acquisti di una marca, ma al successo del gommista stesso. Il rivenditore specialista farà parte di un grande network "privato", indipendente cioè da qualsivoglia fabbricante. Il gommista non dovrà quindi sottostare ad impegni di acquisto, a volte troppo vincolanti, rivolti ad una specifica marca di pneumatici, ma potrà acquistare i prodotti che ritiene più adeguati alla sua politica di vendita e alla sua clientela, privilegiando per gli acquisti l'azienda di distribuzione di GruppoGeminini. Molto spesso dover ritirare grossi volumi da un fabbricante comporta per il gommista la perdita di altre opportunità di vendita. Questo con Gemini Store non accade.

PN: Quali sono i principali vantaggi dell'affiliazione a GruppoGemini?

Giuseppe Cirillo, amministratore delegato di GruppoGemini: Il gruppo offre una vasta gamma di prodotti, con un servizio logistico ottimale che, attraverso lo strumento del B2B integrato fra le aziende del gruppo, potrà garantire la costante disponibilità dei prodotti.

L'affiliazione al network comporta vantaggi anche nel business con le flotte, poiché garantisce l'accesso alle forniture per le più importanti società di lungo noleggio. Altri vantaggi sono rappresentati dalla partecipazione a iniziative mirate di promozione alle vendite e ad attività locali rivolte al consumatore, oltre alla possibilità di migliorare l'immagine del punto di vendita e disporre di un pacchetto di programmi di formazione.

PN: Sono previsti anche strumenti di vendita online?

GC: Gemini Store ha già avviato lo studio e la realizzazione di una piattaforma informatica rivolta al consumatore, che sarà un forte strumento per veicolare le vendite presso i rivenditori affiliati al network.

Gemini Store ha previsto un "seminario" rivolto ai rivenditori affiliati per illustrare i contenuti e l'operatività di questo innovativo strumento di comunicazione e di vendita rivolto al consumatore. Il seminario si svolgerà presumibilmente nel corso dell'ultimo

trimestre del corrente anno.

PN: Quali strumenti di marketing e di immagine saranno messi a disposizione del gommista?

GC: Abbiamo già pubblicato una brochure completa con il programma del network e previsto dei piani pubblicitari nazionali e locali. A maggio saremo presenti a Bologna all'importante appuntamento fieristico di Autopromotec. Infine abbiamo definito l'immagine del punto vendita, l'abbigliamento, una serie di gadget per le campagne di sell out e varie possibilità di brandizzazione.

PN: I gommisti affiliati potranno godere dei benefici di accordi di Gruppo?

GC: Certamente. Primo fra tutti vi è l'accordo con le società di leasing che sarà strategico per incrementare il business dei nostri affiliati. Ad oggi lavoriamo con una decina di leasing company e stimiamo che il mercato sia ancora in crescita, in particolare sulle grandi flotte. Il vantaggio di questa attività per i punti vendita consiste nell'afflusso di un numero sempre maggiore di clienti e nella convenienza delle tariffe, definite attraverso un programma web semplice e intuitivo.

Abbiamo poi stipulato dei contratti privilegiati per le attrezzature con Mondolfo Ferro e per i cerchi in lega con Uniwheels.

Infine siamo anche in fase di definizione di un accordo per il credito al consumo, che potrà essere uno strumento di vendita molto utile nei prossimi mesi.

PN: Quali sono i principali brand di riferimento del Gruppo?

GC: Abbiamo tre marchi dedicati: Avon, Apollo e Mentor. Distribuiamo inoltre tutti i principali brand: Continental, Kleber, Pirelli, Dunlop, Bridgestone, Goodyear, Kenda, Kingstar, Nexen, Hankook, Riken, Michelin, Triangle, Tracmax, Firestone, Marshal e Minerva. Infine abbiamo accordi su alcune aree in concessione per i marchi Barum, Sportiva, Toyo Tires, Uniroyal e Nokian Tyres.



GruppoGemini ha lanciato il nuovo franchising Gemini Store



GruppoGemini ha realizzato un layout tipo per i negozi del franchising Gemini Store

© riproduzione riservata

pubblicato il 17 / 01 / 2013