

Anche per questa edizione Driver sarà presente alla fiera di settore Autopromotec, Padiglione 19 - Stand B60. Per l'occasione è stato progettato uno stand con diverse aree "multi-tematiche" che permettono al gommista specializzato di approfondire tutti gli argomenti di maggiore attualità.

Driver ha lanciato un programma di soluzioni innovative che pongono l'accento sul "servizio al consumatore" e valorizzano le capacità differenzianti dell'operatore specializzato, permettendogli di rimanere il punto di riferimento nel proprio territorio.

Ne abbiamo parlato con Giuseppe Marrara, che dalla fine del 2012 ha raccolto il testimone da Fulvio Giambelli nel ruolo di amministratore delegato di Driver Italia. Marrara è entrato nella galassia Pirelli ad ottobre 2011, inizialmente con responsabilità del mercato Italia e successivamente coprendo il retail sudeuropa.

PN: Come valuta la situazione di mercato?

GM: Negli ultimi 3 anni il mercato è cambiato radicalmente. Alcuni fenomeni pre-esistenti hanno subito una fortissima accelerazione: accanto al tema della stagionalità ed alla proliferazione di operatori che trattano la gomma, si unisce una sempre più elevata sensibilità del consumatore al prezzo, favorita dal crescente numero di marchi acquistabili e dalla semplicità con cui è possibile reperire autonomamente informazioni dalla rete per confrontare le offerte. Si aggiunge la sempre più ridotta disponibilità di spesa su tutti quei prodotti che non offrono una chiara gratificazione personale. E' uno scenario in cui tutti, siano produttori, rivenditori indipendenti o reti di operatori associati, sono chiamati a mettere in discussione i propri modelli di business per rialinearli rapidamente al mutato contesto di mercato.

PN: Come il gommista può fronteggiare queste sfide e conquistare il consumatore?

GM: Ripensando il modo con cui svolge la propria attività, per ri-costruire un vantaggio competitivo durevole che lo differenzi dai concorrenti agli occhi del cliente.

Con questo obiettivo Driver ha sviluppato e messo a disposizione della propria rete un programma di collaborazione a 360° con cui supportare il professionista specializzato che ha deciso di rilanciare la propria attività. Un programma finalizzato a massimizzare il potenziale di qualsiasi punto vendita, esistente o di nuova apertura e rispondere in maniera efficace alle esigenze dei propri associati.

"Differenziazione e diversificazione" sono gli ingredienti da inserire nel modello di business

del gommista specializzato tenendo bene a mente che non si tratta di concetti da applicare in maniera standardizzata. Ogni operatore ha una propria storia, territorialità, predisposizione personale: caratteristiche uniche che devono essere valorizzate e mai sottovalutate.

Il programma Driver parte dalla volontà di comprendere le esigenze specifiche di ogni imprenditore per sviluppare, insieme a lui e ad un team di esperti, una soluzione "su misura" che potenzi le sua capacità di vendita e sappia convertire con successo ogni consumatore occasionale in un cliente fidelizzato.

PN: Come viene percepita la figura del "gommista" dal mercato?

GM: Le ricerche sugli automobilisti confermano che la percezione del gommista può essere migliorata con un programma che valorizzi tutti i momenti di contatto con il cliente. Dalla selezione e scelta del punto vendita, alla delicata fase di accoglienza, all'interazione con il personale, fino alla conclusione del servizio offerto.

Per la stragrande maggioranza degli automobilisti le gomme rappresentano un prodotto a basso coinvolgimento e poco gratificante: il momento del cambio è vissuto come una necessità poco appagante, oggi anche legalmente disciplinata, e spesso vissuta con noia in un luogo in cui per tradizione la "esperienza di acquisto" è stata trascurata.

In questi anni però l'evoluzione tecnologica del settore è stata enorme e sono molti gli investimenti fatti per rendere percepibile la relazione tra prodotto tecnologicamente evoluto e livello di performance ottenibile. Questo processo di riqualificazione del prodotto, su cui alcuni produttori come Pirelli stanno investendo, diventa un'opportunità formidabile per il rivenditore specializzato che vuole riposizionarsi.

E' una leva determinante per tornare a distinguersi sul territorio, rivalorizzando la professionalità nell'offrire un servizio attento e completo che non trascuri le esigenze in termini di prestazioni e sicurezza.

PN: I gommisti sono ancora in tempo per riguadagnare un'immagine di professionalità?

GM: E' il nostro obiettivo e il nostro compito. Ad Autopromotec lo staff di Driver sarà a disposizione per mostrare ai gommisti specializzati su quali aree è possibile intervenire per far emergere la loro professionalità e differenziarli dagli operatori generici.

Per affrontare un mercato e una domanda che sta cambiando è necessario che anche i gommisti si riorganizzino. Driver si pone al loro fianco come partner affidabile, capace di sviluppare strumenti ed incentivi che abituino il cliente a programmare visite cadenzate al punto vendita più volte durante l'anno. Lavorando congiuntamente si può generare nuovo traffico e maggior profitto per tutta la rete di associati.

PN: L'appuntamento con i gommisti è quindi a Bologna..

GM: Sì, invitiamo tutti i gommisti interessati a venirci a trovare in fiera ad Autopromotec. E consiglio a tutti di non mancare all'appuntamento che ci sarà allo stand Driver tutti i giorni alle 14:30, perché... per lavorare con successo ci vuole professionalità, passione ma anche voglia di divertirsi insieme. A presto.

Driver è presente ad Autopromotec nel **Padiglione 19 - Stand B60**

Per prendere un appuntamento con un esperto Driver, è possibile scrivere all'indirizzo driveritalia@driver.it o chiamare il **numero verde 800 922 996**

© riproduzione riservata
pubblicato il 21 / 05 / 2013