

Per un'organizzazione come la Commercial & Industrial Tyres Marangoni, che copre tutto il territorio nazionale ed è composta da agenti specializzati nella vendita di pneumatici per il comparto industriale (in particolare nei settori dell'autocarro e del movimento terra), oltre che nella selezione e nella raccolta di carcasse, l'efficienza e la prontezza della risposta al cliente rappresentano un fattore critico di successo. Ecco allora che l'azienda trentina, da sempre protagonista nella ricostruzione, mette oggi sul piatto del servizio al cliente una importante novità. Tutti i mezzi a disposizione della forza vendita e dell'assistenza sono geolocalizzati.

Non è difficile comprendere quanto possa essere utile il monitoraggio costante e preciso della posizione dei mezzi in una prospettiva di miglioramento del servizio. Ma da qui in avanti si aprono anche le grandi potenzialità del geomarketing. Tutta l'azienda può ora programmare al meglio le attività ottimizzando le tempistiche e l'efficacia sui clienti, valutando opportunità di sviluppo e gestendo ancora meglio gli equilibri tra le aree dei numerosi rivenditori.

“Questo importante lavoro ci permette di comprendere ancora più approfonditamente quali siano le opportunità in termini di rapporto tempo/profitto per cliente, andando a concentrare gli sforzi in modo veramente mirato” dice Giovanni De Bei, responsabile marketing. “Si tratta inoltre di un potente strumento a disposizione della nostra rete di vendita e assistenza, composta da agenti altamente qualificati e da area manager preparati, che sicuramente sapranno sfruttarne tutte le potenzialità”.

Parallelamente allo sviluppo tecnologico, l'azienda ha attivato un intenso programma di formazione rivolto a tutti i settori della propria organizzazione interessati dal sistema, che contiene le informazioni di georeferenziazione di tutti i clienti.

“È un passo ulteriore che va ad aggiungersi all'importante investimento effettuato negli ultimi due anni con lo sviluppo di un sistema informatico in grado di legare direttamente le operazioni sui piazzali dei clienti con la fabbrica” afferma Luca Mai, direttore vendite Italia. “Un sistema che permette agli agenti, tramite un tablet evoluto ed un software dedicato, di conoscere in tempo reale tutte le informazioni chiave per lo svolgimento ottimale del business, proprio quando si trovano di fronte ai clienti: abbinamento profili-carcasse, disponibilità dei prodotti, ecc...”

Il sistema di geolocalizzazione è stato sviluppato da Marangoni in collaborazione con un'importante azienda specializzata nel settore, ma il contributo dell'azienda è stato determinante, anche in termini di competenze specifiche. Come sottolinea con soddisfazione Brenno Benaglia, direttore commerciale della divisione: “La messa a punto di questo

sofisticato sistema è stata gestita dal reparto Information Technology della Marangoni, seguendo le linee strategiche dell'azienda elaborate dal Marketing, analizzando poi i processi che ne derivano. Possiamo quindi affermare che l'offerta Marix e degli altri prodotti della Marangoni Commercial and Industrial Tyres ha oggi un ancor più elevato contenuto tecnologico: nell'ambito del prodotto, nel processo industriale e nell'approccio al mercato."

© riproduzione riservata
pubblicato il 11 / 04 / 2014