

Incontrare i clienti è sempre importante per un distributore, che può in questo modo condividere dei momenti di svago e dei momenti di analisi. E' quello che ha fatto Gexpo, che ha recentemente organizzato una gara di go kart, cogliendo anche l'occasione per approcciare un tema molto temuto dai rivenditori: le vendite online.

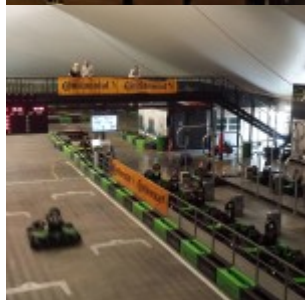
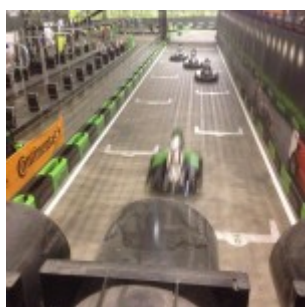
Sabato 4 ottobre, presso il kartodromo "Pala K" di Cinisello Balsamo, Gexpo Spa ha infatti organizzato, in collaborazione con la filiale italiana di Continental, il 1° Gran Premio Gexpo. Alla competizione hanno partecipato, oltre al management di Gexpo, ben 52 rivenditori dell'area Lombardia scelti tra i clienti e gli affiliati della rete Pneus Expert. Il circuito di 600 metri ha ospitato 4 batterie da 13 piloti, che si sono affrontati in gara dopo il piazzamento nelle prove libere cronometrate. I primi tre piloti classificati di ogni batteria hanno poi gareggiato per aggiudicarsi il trofeo, vinto da Mauro Giardini dell'azienda GM Gomme di Gerenzago, Pavia. In seconda e terza posizione si sono classificati rispettivamente Roberto Mazzocchi, titolare dell'azienda Mazzocchi Gomme di Broni (PV), e Damiano Recalcati della Recalcati Pneumatici di Abbiategrasso.

Il distributore di Cusago (MI) è rimasto molto soddisfatto dell'iniziativa, che ha riscontrato un successo davvero inaspettato, tanto che, durante la cena di chiusura, tutti i partecipanti hanno chiesto a gran voce di riproporre l'evento nei primi mesi del prossimo anno. Proposta che, visto il successo della prima edizione, Gexpo ha accolto favorevolmente, con l'intenzione anzi di ampliare il numero dei partecipanti alla prossima sfida.

Naturalmente, oltre allo svago, l'occasione è stata sfruttata anche per un momento di riflessione: nel Centro Congressi della struttura di Cinisello Balsamo che ha ospitato i clienti, i responsabili di Continental Italia hanno infatti presentato i dati del mercato Italia e hanno illustrato l'andamento delle vendite al consumatore finale tramite internet (siti internet B2C), un canale che si sta sviluppando sia in Italia che in Europa. L'argomento ha riscontrato molto interesse, in quanto, in genere, gli operatori del settore vivono negativamente questo fenomeno. Tuttavia, l'analisi effettuata da Continental, unitamente all'intervento di Gexpo, ha voluto evidenziare l'importante potenzialità dell'e-commerce. Gexpo, infatti, sta lavorando sulla realizzazione di un sito web dedicato ad ogni cliente, che permette al rivenditore di comunicare in modo diretto e personalizzato con l'utente finale e che rappresenta un'opportunità da sfruttare sia oggi, che nel prossimo futuro.

"Siamo convinti che portare sempre più informazioni alla nostra clientela, anche riguardo al mondo web, con il supporto dei Produttori, sarà fondamentale per la crescita del nostro settore, nella filiera che comprende il ruolo del Distributore e quello del Rivenditore", ha dichiarato Alessio Ivan, presidente di Gexpo. "Una buona preparazione a riguardo permetterà a tutti di proporsi nel modo corretto rispetto alla vendita di un prodotto

altamente tecnologico come il pneumatico, che rimane sempre l'unico elemento che tiene a contatto l'auto con il terreno e che, come tale, va proposto con tutta la professionalità e preparazione che merita".



© riproduzione riservata
pubblicato il 14 / 10 / 2014