

Dal 2015 a oggi Pneumatici Picone ha ridotto gli agenti da 20 a solamente 5. L'azienda si definisce "felice ed entusiasta della scelta, perché il risultato è l'aumento a doppia cifra del fatturato, senza obbligo di garantire il fisso agli agenti".

Secondo Pneumatici Picone, l'agente o venditore oggi è una figura professionale che non serve più, perché è stata sostituita da strumenti, che costano decisamente meno: i messaggi WhatsApp e le piattaforme B2B e B2C. "La comunicazione via WhatsApp è stata apprezzata molto dai nostri clienti, che riescono a comunicare con noi in maniera rapida ed efficace, ricevendo risposte immediate", spiega Vincenza Del Verme, responsabile marketing dell'azienda. "Affinché lo strumento tecnico funzioni, gli affianchiamo naturalmente un call center dinamico, giovane e preparato, che è sempre pronto ad offrire la miglior soluzione al cliente che si rivolge a noi".

Per quanto riguarda invece la vendita dei treni di gomme economiche, Vincenza Del Verme non ha dubbi: "la lasciamo ai messaggi WhatsApp o alle piattaforme, dove vantiamo il 100% di feedback positivi".

L'assistenza e le vendite si spostano dunque per Picone dal mercato al call center, dove con meno risorse è possibile fare un fatturato superiore. I 5 agenti che sono rimasti al loro posto invece, devono diventare dei veri e propri manager della comunicazione e del marketing: "cerchiamo uomini che abbiano voglia di portare avanti progetti creativi, che abbiano idee e nuovi piani di comunicazione".

Tra questi nuovi progetti, Del Verme anticipa l'uscita, ad ottobre, del magazine mensile "Picone.Your Emotion", dove verranno pubblicate le foto dei clienti e dove verrà lanciato il concorso "Il gommista che emoziona di più".

© riproduzione riservata
pubblicato il 11 / 09 / 2017