

Si è svolto venerdì 12 maggio a Cavenago di Brianza il consueto appuntamento di formazione e condivisione per la forza vendita e i collaboratori di Pneus In ed è stato l'occasione per fare il punto con il direttore commerciale Sergio Maggioni.

Qual era il tema dell'evento di quest'anno?

Con Gabriele Marletti abbiamo concordato un percorso ben preciso e non fine a se stesso: "Noi siamo Pneus in...*alla scoperta del talento*" è stato il titolo di quest'anno, perché crediamo che sia importante cercare di valorizzare il talento di ogni nostro dipendente. Tutti abbiamo un talento ma non siamo tutti talentuosi allo stesso modo; ciascuno ha delle caratteristiche specifiche, che devono essere valorizzate e messe al servizio dell'azienda e degli altri.

Questo "evento formativo" annuale è un punto fermo dell'azienda, perché consente la crescita continua dei nostri collaboratori commerciali e operatori telefonici, ma anche dei capi reparto di tutte le principali funzioni: logistica, amministrazione, acquisti e sell out. Tutte le persone di riferimento delle aree strategiche sono state coinvolte e hanno partecipato all'evento, in quanto tasselli fondamentali del lavoro di squadra.

Anche nei prossimi mesi e nelle prossime settimane continueremo a formare gli operatori telefonici, per scoprirne i talenti e valorizzarli alla luce dei cambiamenti del mercato.



Come è cambiato il mercato e come cambierà?

Il mercato è in evoluzione e continuerà ad essere in evoluzione anche nei prossimi anni, per ragioni che partono da lontano e non interessano solo il nostro settore, che hanno completamente trasformato il modo di essere e di vivere del consumatore finale.

Vent'anni fa l'80% degli ordini venivano raccolti dal venditore e il 20% dagli operatori telefonici. Oggi, invece, più dell'80% degli ordini vengono registrati direttamente online sul B2B. Questo dice tutto sull'evoluzione del mercato e sulla complessità della fidelizzazione del cliente. Oggi dobbiamo riservare una grande attenzione all'innovazione, alla digitalizzazione, ai servizi e all'affidabilità. Queste sono le priorità di Pneus In.

Per quanto riguarda i marchi, oggi assistiamo alla crisi dei brand premium, che hanno perso quasi un quarto delle quote, mentre le terze fasce crescono e le seconde soffrono. È

evidente che, con questa crisi o evoluzione, che si sta verificando nel nostro settore, un po' tutte le Case premium dovranno rivedere il modo di porsi sul mercato. Qualcosa dovrà succedere e noi saremo attenti a cogliere i messaggi, faremo le nostre considerazioni e sceglieremo con chi continuare a collaborare in maniera importante.

Come stanno andando i primi mesi dell'anno?

Il primo semestre del 2023 sta andando bene, leggermente al di sotto delle aspettative, tuttavia, guardando i dati di sell out, ci possiamo ritenere soddisfatti.

Il primo semestre dell'anno scorso era stato notevole, ma era principalmente drogato da due fattori: la carenza di merce e i prezzi in forte aumento, che le Case avevano preannunciato. Questi due fattori avevano indotto tutti, a fare scorte di gomme.

Quest'anno il panorama è decisamente cambiato: i prezzi si sono bloccati, anzi tendono a diminuire e non c'è alcuna carenza di pneumatici. L'inverno poi non è stato dei migliori e quindi il mercato non è partito come ci si aspettava. A questo si aggiunge il continuo aumento, negli anni, della quota di mercato degli all season, che ha sì ribilanciato i carichi stagionali, ma che, da un punto di vista commerciale, non aiuta.

Da poco meno di un anno Pneus In ha iniziato a distribuire anche pneumatici TBR. Quali sono i primi risultati?

Siamo partiti con il settore industriale grazie all'esperienza di Luca Paparella, che riesce a supportare in maniera efficace i nostri collaboratori e che quindi si sta rivelando una scelta azzeccata. Anche nel settore autocarro vogliamo diventare un punto di riferimento, consapevoli che è un segmento a cui si dedicano pochi specialisti e che è comunque governato dalle Case. Tuttavia, vogliamo essere vicini ai clienti con un'offerta sempre più completa e stiamo già apprezzando i primi risultati.

Kenda rimane un fornitore/partner importante per Pneus In?

Kenda è un prodotto di altissima qualità e, pur essendo classificato come tier 3, non ha nulla da invidiare ad alcuni prodotti delle Case premium che si collocano tra la seconda e terza fascia. È un brand che sta investendo molto per essere presente in Italia ed Europa e per avere una tecnologia all'avanguardia. Tutto lo sviluppo dei prodotti passa infatti attraverso gli uffici che Kenda ha in Germania e negli Stati Uniti e noi siamo molto soddisfatti della collaborazione e del prodotto, le cui vendite sono in forte crescita e che sta diventando per noi un'opportunità importante.

La piattaforma Gommista Specialista continua la propria attività?

Siamo in fase di acquisizione completa del sito, che apparteneva al consorzio Gruppo Sirio sciolto a fine 2020, e lo rilanceremo nelle prossime settimane.

Più che un B2C, Gommista Specialista è una piattaforma di prenotazione online, che ha lo scopo di supportare i nostri clienti e consentire loro di essere presenti nelle vendite online. Gommista Specialista non consente la vendita diretta al consumatore finale dei pneumatici, ma solo la prenotazione presso l'officina, dove pagherà gomme e servizio. Continueremo a sviluppare il sito e quanto prima presenteremo la sua ultima evoluzione.

Nella strategia di Pneus In c'è anche la creazione di un network?

L'idea di network è già da un po' di tempo sul nostro tavolo, ma pensiamo che per presentarlo bene ci vogliano le persone giuste nel posto giusto. Proprio perché crediamo che sia un progetto importante e che debba avere la sua giusta collocazione sul mercato, preferiamo aspettare che tutto sia definito e organizzato al meglio. Il mercato non è complicato, ma semplicemente in continua evoluzione e noi vogliamo presentare un concetto che sia al passo con l'evolversi del retail.

Rimaniamo comunque fedeli e concentrati sui tre valori dell'azienda: innovazione, servizi e affidabilità. Stiamo infatti presentando sul mercato - probabilmente primi tra i grossisti - un'applicazione che permette al rivenditore di verificare, sul cellulare, la disponibilità della merce e procedere all'ordine. Questa App rappresenta, per noi, l'unione di innovazione e servizi al cliente.

In questi ultimi 10 anni abbiamo assistito a una forte trasformazione della distribuzione in Italia. È un processo terminato o ci saranno ulteriori evoluzioni?

In questi anni è successo di tutto e di più nel mondo della distribuzione, ma credo che l'evoluzione e la selezione continueranno ancora, anche se magari più lentamente.

Non è facile sapere quale sia il target giusto di fatturato per essere innovativi e affidabili, offrire servizi e mantenere la competitività. Essere troppo grandi o troppo piccoli è un rischio? Staremo a vedere, comunque credo che il trucco sia trovare un giusto equilibrio tra costi e prestazioni sul mercato.

Noi continueremo sulla nostra linea di crescita sostenibile, garantendo sempre lealtà, trasparenza e affidabilità ai nostri collaboratori, ai clienti e ai fornitori. Inoltre, non essere

appesantiti da costi o organizzazioni troppo complicate ci permette di essere flessibili e cambiare assetto in ogni momento, a seconda delle necessità. Oggi vogliamo cercare di intercettare i valori dei giovani, che in fatto di mobilità stanno cambiando significativamente rispetto al passato, ed essere un'azienda snella è sicuramente vincente.

Con la proprietà di Pneus in condivido in maniera assoluta un certo modo di intendere la managerialità ed un'imprenditoria moderna e vincente.

Non so a chi il tempo darà ragione, ma noi intendiamo continuare a lavorare rispettando i valori che fondano e rappresentano la nostra azienda.

© riproduzione riservata pubblicato il 14 / 06 / 2023