

Max Solutions ha partecipato al GIS di Piacenza esponendo una variegata gamma di prodotti industriali, ma soprattutto con l'obiettivo di spiegare la strategia che sta impostando negli ultimi anni e i traguardi già raggiunti, davvero molto soddisfacenti per l'azienda di Mantova. Valerio Cignoni, responsabile commerciale e tecnico di Max Solutions, ha voluto condividere le sue idee su mercato, strategie e molto altro.

In che situazione di mercato ci troviamo?

Il mercato è in una fase critica: pochi giorni fa l'ETRMA ha pubblicato le statistiche del 2016, secondo cui cresce il numero dei prodotti venduti, ma il fatturato rimane uguale. Chi afferma con soddisfazione di aver venduto più pneumatici, quindi, fa un errore, perché ha lavorato di più per guadagnare uguale.

Max Solutions opera in una nicchia, quella dei prodotti industriali. Qual è il bilancio di questi anni?

Negli ultimi anni l'azienda è cambiata, sia dal punto di vista delle persone che lavorano in essa, sia da quello dei progetti e delle strategie. Sicuramente l'azienda, grazie alle persone che ci sono oggi, ma anche grazie a quelle che ci sono state, si è arricchita di esperienza. E non solo, perché negli ultimi anni l'azienda è cresciuta molto anche dal punto di vista del fatturato.

Come ha fatto Max Solutions a crescere in questo periodo complicato?

Io vengo dal mondo della terra, dove nessun contadino continuerebbe a coltivare una certa coltura se questa non risulta sostenibile. Per il mondo dei pneumatici dovrebbe essere la stessa cosa: non è sostenibile lavorare di più per guadagnare uguale. Naturalmente, vendendo gomme, non possiamo "cambiare coltura", ma possiamo aumentare i segmenti e variare i prodotti con conoscenza tecnica e cognizione di causa. Tagliando, se necessario, i rami secchi. Per esempio, per noi il vettura non ha senso, e neanche il segmento agricoltura: abbiamo provato con quest'ultimo, ma è stata un'esperienza negativa, perché non riuscivamo ad essere attori primari come nell'industriale.

Nell'ultimo periodo ci sono state voci di vendita.

È vero, le abbiamo sentite anche noi. Qualcuno ha pensato che, grazie o a causa della grande crescita del fatturato, Max Solutions sia in vendita. Non è vero. Oggi Max Solutions è alla ricerca di collaborazioni, di partner, di sinergie, come è stato fatto anche in fiera, dove

lo stand era in collaborazione con il produttore di ruote Rinova.

Quali sono stati i progetti più interessanti realizzati finora?

Abbiamo appena stretto un contratto con 2 nuovi professionisti, uno in Toscana e uno nella provincia di Benevento. In entrambi i casi, la strategia è simile: ottimizzare, offrendo al contempo un servizio migliore. Abbiamo creato 2 poli logistici che offrono la consegna giornaliera dei pneumatici e l'assistenza. In questo modo, Max Solutions ha una presenza sul territorio strategica, con un'immagine completamente diversa rispetto al semplice fornitore di pneumatici, oltre all'abbattimento dei costi di consegna, che sarebbero logicamente un bagno di sangue dalla sede di Mantova. I nostri partner, invece, hanno accesso al nostro portafoglio clienti e ottengono un ritorno economico importante.

E i progetti per il futuro?

Stiamo creando una sorta di gruppo di persone che si occuperanno a 360 gradi di supporto alla vendita: ordini ai fornitori, strategia di vendita, varie azioni da intraprendere e via dicendo. In sostanza sarà il gruppo di lavoro che deciderà come e cosa portare sul mercato, aiutando i nostri agenti a fare meglio il loro lavoro.