

NSD traccia la sua strada a Bologna



A 297 GIORNI DALLA SUA COSTITUZIONE, NSD HA COINVOLTO I PROPRI FORNITORI IN UN INCONTRO PER CONDIVIDERE CON LORO LA PROPRIA IDEA DI DISTRIBUZIONE, CON UNA VISIONE DEL FUTURO CHE PASSA ATTRAVERSO IL CONCETTO DI CROSS-NETWORK.

DAVID GIARDINO



LE SEDI DEI TRE SOCI NSD: IN ALTO A SINISTRA LA SEDE DI OVAM A PERO (MILANO), A LATO LA SEDE DI MAURELLI A CAPIUA (CE) E A DESTRA LA SEDE I.DI.R. A CASALNUOVO (NA).

Con 27 accordi commerciali sostenibili per tutto il 2015, una condizione che dà ai fornitori una continuità per il medio lungo periodo, e con l'intenzione di fare piani di sviluppo ancora più lunghi, NSD vuole cambiare l'atteggiamento nei confronti del mercato, proponendo ai suoi supplier uno sviluppo condiviso e durevole. Non più quindi, o non solo, spot trimestrali, che sono solo "da aspettare", come sintetizzato da Piergiuseppe

Sanguanini, responsabile acquisti OVAM, ma accordi durevoli, volti a far crescere le aziende nel mercato, e i propri clienti.

Per rispondere all'esigenza dei clienti di aumentare il lavoro in officina, nasce il progetto nazionale dotcar.it, uno strumento volto a dare all'automobilista le informazioni necessarie per accedere a un servizio di riparazione chiaro e conveniente presso una rete di riparatori competenti. Ad oggi sono 127 i ricambisti e 656

i riparatori che hanno aderito all'iniziativa, un numero destinato a crescere grazie alle continue adesioni giornaliera.

LA DIVERSITÀ CHE RAFFORZA

I.DI.R., OVAM e Maurelli, le tre aziende partner che costituiscono NSD, sono realtà differenti fra di loro.

Per chi conosce personalmente Sergio Monzeglio e Italo Baruffaldi, non è neanche troppo difficile scoprirlo; ciò nonostante, la differenza



www.dotcar.it: il web al servizio di officine e automobilisti

dotcar.it è un portale che mette in contatto attraverso il web automobilisti e officine. Qui gli automobilisti hanno modo di trovare i pezzi di ricambio, verificare i prezzi e prenotare un appuntamento presso l'officina scelta direttamente online, oppure acquistare il tagliando. Altri servizi interessanti per l'utente finale sono dotApp e dotCard: la prima permette di contattare le officine, creare il libretto virtuale ed essere avvisato di appuntamenti e scadenze relative al veicolo direttamente da smartphone; dotCard permette di avere accesso alle condizioni offerte dal sito anche senza aver preso appuntamento online.

Questa soluzione crea un legame stretto con l'officina e l'autoriparatore ne trae innegabili vantaggi in termini di incremento del traffico in officina, visibilità e immagine professionale.

Inoltre, dotcar.it permette di avere a disposizione uno strumento che facilita la gestione del cliente: consente una visualizzazione semplice e veloce degli appuntamenti dei clienti; permette di avere a disposizione uno storico sugli interventi per auto e utente; dà la possibilità di accedere direttamente alle auto dei clienti e ai relativi listini dotcar.

di approccio caratteristica di ciascun membro del gruppo può rivelarsi una forza anziché essere considerata una debolezza.

Tralasciando momentaneamente il ruolo della società Maurelli, che è coinvolta nel business del truck e quindi non direttamente nelle dinamiche tipiche dell'aftermarket automotive, si può dire che il processo decisionale che coinvolge due aziende è decisamente molto più snello e rapido, rispetto a quello che riunisce numerose aziende consorziate. "La nostra capacità di accordarci sui



LO STAFF NSD, DA SINISTRA: ITALO BARUFFALDI, SERGIO MONZEGLIO, GIACOMO MAURELLI, FRANCESCO CORCIONE, CHIARA LEVATI.

progetti e di realizzarli velocemente – spiegano Sergio Monzeglio e Italo Baruffaldi – è sicuramente una caratteristica che ci distingue dalla maggior parte dei network sino ad oggi costituiti".

Ad esempio, per quanto riguarda gli accordi di distribuzione, I.D.I.R. ha scelto di sviluppare la propria presenza nel Sud Italia attraverso accordi commerciali locali, mentre OVAM ha preferito farlo attraverso una condivisione più stretta con altri distributori regionali come Sarpi, Sarco e da maggio anche Sir Auto Company.

Due approcci distributivi molto diversi, dunque, ma scelte che hanno fatto crescere il fatturato delle due aziende nelle aree di competenza e che porteranno NSD a superare i 210 milioni di euro di fatturato nel 2015, con l'obiettivo di superare i 300 milioni nel 2017.

CHI SARANNO I COMPETITOR DEL FUTURO?

Per NSD, le sfide che si dovranno affrontare saranno tutte a livello internazionale.

"È da troppo tempo – spiegano Baruffaldi e Monzeglio – che il mercato italiano guarda solo a se stesso e sono troppi, per contro, i gruppi internazionali a cui interessa il secondo circolante europeo. NSD guarda a queste sfide più che alle dinamiche locali, sapendo che per accettare la sfida occorre avere un fatturato importante e far crescere i propri clienti senza alcun timore 'che possano crescere troppo', così come voleva la strategia di alcuni nel passato".

"È solo grazie a clienti forti – sottolinea Baruffaldi – che anche le nostre aziende possono rafforzarsi e noi sia-

mo intenzionati ad accompagnare la crescita di tutti quei clienti che hanno l'ambizione e la volontà di farlo. La crescita necessita di investimenti, di progetti innovativi, di integrazione di sistemi, di una gamma di prodotti completa e razionale, di prezzi competitivi, di redditività delle aziende. Senza risorse prodotte e investite, le imprese non possono sopravvivere e per rafforzare i nostri clienti, mettiamo a loro disposizione un team di vendita e di formazione, che possa aiutarli a migliorare la propria capacità di proporre quei prodotti che trattano da sempre, così come insegnare loro a trattare quelli nuovi, vedi ad esempio le attrezzature, che ancora non fanno parte del loro bagaglio di esperienza".

Con lo sviluppo del livello informatico proposto da NSD ai propri clienti viene data la possibilità di migliorare la propria efficienza e razionalizzare i processi senza aumentare i costi. Questa è una strada obbligata se si vuole rimanere nel mercato, che diventa ogni giorno sempre più competitivo, e con il livello di servizio estremizzato al quale le autofficine sono abituate.

Con dotcar.it la strategia si completa, portando listini e condizioni competitive fino all'automobilista, così da creare opportunità di lavoro per la propria rete di officine aderenti.

Lo sviluppo dei contenuti di dotcar.it, effettuato attraverso il confronto e la condivisione con gli autoriparatori nei numerosi incontri organizzati da NSD in Italia, garantisce la soddisfazione dei riparatori a ogni ingresso procurato attraverso il web con dotcar.it. ■