

IL 2012 NON SARÀ RICORDATO
COME UN ANNO UGUALE A
TANTI ALTRI, E SEPPUR I MORSI
DELLA CRISI ECONOMICA
GLOBALE SI SONO FATTI SENTIRE
CON RITARDO RISPETTO AD ALTRI
COMPARTI ECONOMICI, ANCHE
PER LA RIPARAZIONE
INDIPENDENTE È ARRIVATO IL
MOMENTO DI AFFRONTARE A VISO
APERTO LE SFIDE DEL NECESSARIO
CAMBIAMENTO E TROVARE LE
ADEGUATE SOLUZIONI.

DAVID GIARDINO

78
NM

Ovam: come vivere la crisi “diversamente”

“È inutile nascondere la realtà che ogni imprenditore della filiera sta affrontando giornalmente”: così ha esordito Italo Baruffaldi, amministratore delegato di Ovam, affrontando l'imponente platea delle officine Point Service e dei Ricambisti Partner giunti al Grand Hotel Dino di Baveno (lago Maggiore), la prestigiosa location scelta quest'anno per la convention. Una simile dichiarazione è segno di una scelta coerente, dettata non dalla voglia di autocelebrarsi, ma da un bagno di realismo per un meeting che ha lo scopo di parlare dei problemi e, soprattutto, condividere le soluzioni.

COSA È CAMBIATO PER IL NETWORK

Sono ormai passati dodici anni da quando il network Point Service ha visto la luce. Allora il focus del gruppo era quello di reclutare officine sotto un unico “cappello”,

pronto a fornire strumenti nuovi, tra i quali i tanto allora sconosciuti strumenti di diagnosi; e oggi è cambiato molto nella struttura e competenza tecnica, ma poco nella visione dei soci, sempre pronti come allora alla percezione delle criticità e opportunità, e, quindi, al cambiamento. Rispetto agli anni precedenti e alle crisi affrontate a causa delle rottamazioni e del passaggio dalla benzina rossa a quella verde, che hanno portato all'eliminazione dal circolante proprio delle vetture sottoposte a maggiori interventi dalla riparazione indipendente, oggi non basta più aspettare che i veicoli che hanno sostituito quelli rottamati diventino vecchi a loro volta: oggi serve, per lavorare anche nel futuro, un'altra strategia.

IL PROGETTO POINT SERVICE È ATTUALE

“I contenuti stessi del progetto Point Service sono oggi più attuali che mai, e rispondono adeguatamente ai problemi emersi

dalla situazione economica che stiamo vivendo”. Così Vittorio Amura, presidente di I.D.I.A. International, spiega le ragioni sempre più forti per le quali è necessario condividere i contenuti del network, perché sono questi che permettono a ogni singola officina di avere una immagine e una preparazione tecnica adeguata per rispondere alle esigenze dell'automobilista e della riparazione moderna.

Fidelity card, accordi commerciali con le flotte e le principali aziende sul territorio nazionale, azioni di co-marketing strategiche con fornitori di carburanti, milioni di euro in investimenti pubblicitari diretti al pubblico sono solo una parte dei mezzi che, grazie alla partecipazione al network Point Service, possono essere messi a disposizione per una maggiore visibilità delle officine, al fine di aumentare l'afflusso di traffico presso gli autoriparatori aderenti.

Tutte iniziative che hanno portato molti

professionisti della riparazione indipendente a “sposare” questo network: 2.700 aderenti e quasi 300 ricambisti sono, infatti, i numeri vincenti del gruppo Point Service, che rappresenta una delle realtà indipendenti più importanti sul territorio nazionale. Un risultato, questo, raggiunto grazie alla convinzione e alla partecipazione di tutta la filiera coinvolta, che va dal distributore regionale al ricambista alla officina aderente.

Quindi tutti i ruoli sono chiaramente distinti e tutelati in maniera aperta, trasparente e soprattutto sostenibile.

12 gli anni scanditi da numerosi successi, che hanno coinvolto quattro fornitori partner sin dall'inizio (Bosch, Metelli, SKF e Tenneco - Monroe) e poi i numerosi altri che si sono aggiunti oggi. In divenire altri nuovi accordi, su cui il gruppo avrà modo di aggiornare in seguito tutti gli affiliati.

PROBLEMI?

POINT SERVICE RISOLVE

La capacità dimostrata dal network Point Service nel tempo è sempre stata la velocità nel cogliere le opportunità e metterle a disposizione del mercato. Lo ha dimostrato con la scelta di aderire a Temot International, primo gruppo internazionale di distribuzione ricambi, così come con la possibilità data alle officine di utilizzare le informazioni messe a disposizione da Ovam, grazie allo sviluppo della logistica integrata, nata allo scopo di mantenere alto il livello del servizio offerto, riducendone i costi.

AUTOTAGLIANDO.IT/.COM/.NET

Questi sono tutti gli indirizzi per accedere al portale sviluppato dal network per permettere alle officine di essere competitive rispetto alle offerte dei costruttori auto. Anche in questo caso, un problema, una soluzione. Con l'intento di trovare riparo alla crisi, offrendo una manutenzione a prezzi competitivi, senza rinunciare alla qualità dei grandi componentisti, è stato predisposto uno strumento di preventivazione online (importante novità di quest'anno), dedicato espressamente all'utente finale e messo a disposizione in esclusiva delle officine Point Service che aderiranno.



Il sistema permette di effettuare un preventivo proponendo i prodotti a marchio IDIA come scelta preferenziale: batterie, spazzole, ma anche il frenante, perché grazie al proprio marchio (il “private label”) si riesce a uscire dalla mera logica del prezzo di listino (non allineato) senza rinunciare alla qualità dei prodotti.

Già non è facile conquistare nuove fette di mercato durante i periodi “normali” di lavoro, ma durante quelli di crisi è ancora più difficile, perché il consumatore è alla ricerca di risparmio “a tutti i costi” e migra verso l’offerta più conveniente.

Ecco perché autotagliando.it si integra perfettamente nella strategia Point Service: i vincitori del mercato della riparazione saranno coloro che riusciranno a dare

la migliore qualità al miglior prezzo.

Sicuramente si tratta di un percorso lungo e non facile, ma che porterà al successo le officine e le persone che crederanno non solo al network, ma anche e soprattutto alla strategia del cambiamento.

UN FINALE “COL BOTTO”

A concludere la giornata di lavori della convention una cena di gala, uno spettacolo pirotecnico e l'intrattenimento davvero speciale offerto dal “Funny Manager” Lucio Gardin, un comico particolare, che attraverso un umorismo sottile e incalzante, attraverso battute e metafore divertenti, ha saputo trasmettere messaggi importanti sullo spirito di gruppo e sui valori del network. ■