

Autoluca: come essere un ricambista di successo oggi



DINAMICHE DESTINATE AD ACCENTUARSI, NUOVI ATTORI CHE ENTRANO NEL NOSTRO MERCATO E UNA FILIERA DISTRIBUTIVA COSTRETTA A CAMBIARE, PROPRIO COME IL RUOLO DEL RICAMBISTA. ECCO IN SINTESI I PUNTI FOCALI EMERSI DURANTE IL NOSTRO INCONTRO CON RICCARDO CALIFANO, CEO DI AUTOLUCE.

ALESSANDRO MARGIACCHI

56
NM

Forte dell'appartenenza ad un grande gruppo internazionale, Groupauto, Autoluca ha "vissuto" l'arrivo di nuovi player internazionali sul mercato italiano con molto interesse e attenzione, traendone stimoli per accelerare il processo di innovazione e sviluppo che già da anni aveva cominciato.

Competere con queste aziende multinazionali richiede professionalità, efficienza e lungimiranza; progetti chiari che sappiano soddisfare le esigenze dei propri clienti: le officine.

Diverse le aree di investimento dell'azienda milanese: apertura di nuove filiali, con due nuovi punti vendita di Peschiera Borromeo e Pero, che si aggiungono alla storica sede di Milano; completamento di tutte le gamme di prodotto, grazie al supporto di fornitori partner; creazione di una divisione dedicata per la gestione carrozzerie, divisione che conta già quattro addetti; creazione di una divisione flotte, con cinque

persone al proprio organico; rafforzamento delle attività di servizi alle officine; rafforzamento dell'area logistica. Abbiamo incontrato Riccardo Califano, CEO di Autoluca, per capire verso quale direzione sta andando il mercato, ma anche per comprendere cosa deve fare oggi un ricambista per stare al passo con i tempi.

Come deve essere strutturato un ricambista oggi per servire una flotta come Arval?

Servire una grande flotta come Arval richiede una trasformazione aziendale che solo pochi hanno avuto il coraggio, la lungimiranza e la forza di fare. Si è reso necessario modificare il punto di vista della singola consegna/vendita in un contesto più generale di servizio al cliente.

Arval è un cliente molto esigente, ha imposto una accelerazione nello sviluppo aziendale, ha fornito l'opportunità di conoscere una grande quantità di officine, ha consentito di

assortire il nostro stock con i prodotti necessari per vetture di nuova commercializzazione, facendolo diventare il più aggiornato della nostra area. Abbiamo dovuto gestire una grande numerica di nuovi clienti, a cui ci siamo proposti non solo come fornitori di Arval, ma come fornitori a tutto tondo della loro attività.

Massimiliano Pontillo, fidelity manager di Autoluca, ha avuto un ruolo determinante in questo processo di inserimento e coinvolgimento di nuovi clienti, mostrando loro l'intera "proposta" Autoluca, smussando la naturale diffidenza tra soggetti che non si conoscono.

La riorganizzazione del flusso di lavoro e la creazione di una divisione ad hoc dedicata alla flotta sono alcuni dei segreti che ci hanno permesso di gestire una grande mole di lavoro.

Qui lavorano cinque persone al call center per la gestione pratiche, due per la carrozzeria, tre per la meccanica.



RICCARDO CALIFANO, CEO DI AUTOLUCE.

Inoltre, abbiamo acquistato delle vetture sostitutive (al momento tre, ma il programma ne prevede una dozzina) a disposizione di tutti i nostri clienti. Un servizio molto gradito ed esclusivo, che se ben gestito, consente alle nostre officine di fidelizzare gli automobilisti.

Quali sono i passaggi fondamentali per essere un vero ricambista?

Per prima cosa è fondamentale essere aperti al cambiamento, consapevoli che quanto sino ad oggi ha garantito il nostro "successo" domani potrebbe non essere più adeguato alle esigenze di un mercato in veloce evoluzione.

I valori, per una impresa come la nostra che da 60 anni opera con crescenti soddisfazioni, sono un pilastro imprescindibile.

La massima trasparenza verso lo staff aziendale, verso i fornitori, verso i clienti, fanno parte del nostro modo di operare, non negoziabile.

Abbiamo la presunzione di coinvolgere la filiera, aiutarla a leggere il cambiamento, condividere le azioni da intraprendere per sviluppare le nostre attività, declinare a livello locale strategie e scelte studiate dal nostro gruppo, Groupauto.

Vorremmo trasferire loro la logica dell'investimento, logica che noi quotidianamente adottiamo in Autoluca, dove abbiamo la fortuna di

avere dai soci la massima libertà nell'investire gli utili derivanti dalla nostra attività.

Il ruolo del ricambista di oggi di domani è proprio questo: aiutare l'officina a valorizzare la propria professionalità.

Cosa vi permette di contraddistingervi dai vostri diretti competitor?

Per Autoluca è necessario continuare a investire in modo consistente, creare un compromesso vincente fatto di assortimenti eccellenti, accuratezza del servizio sviluppo ordini, precisione nelle consegne e un livello di prezzi che consenta all'officina di avere un bel margine anche sulla rivendita del ricambio.

Mi piace sottolineare che la nostra azienda si è sempre presentata al mercato in modo chiaro, definendo e comunicando i nostri obiettivi di breve e medio periodo.

Non crediamo ai segreti e all'effetto sorpresa, il risultato del nostro lavoro è il frutto di un impegno programmato e meticoloso, fatto di momenti di analisi e riflessione, da cui deve scaturire una strategia chiara e condivisa. Consideriamo i fornitori al nostro fianco, li coinvolgiamo in ogni nostra attività. Abbiamo l'ambizione di essere eccellenti nel processo logistico e molto, molto orientati al cliente. Questo messaggio ci rende diversi, non siamo semplici logistici, siamo al fianco dell'officina nella tutela del bene comune: la soddisfazione dell'automobilista.

Alle officine suggeriamo la massima professionalità e trasparenza, nelle relazioni con noi e soprattutto nei confronti del loro cliente. Il futuro non sarà per tutti e noi crediamo di poter rappresentare per gli autoriparatori un punto di riferimento affidabile.

Quali sono quindi le leve per conquistare oggi un'officina?

Vorremmo essere eccellenti in ogni nostra funzione; per intenderci la sensazione che si prova al ristorante



rimanendo completamente soddisfatti da un ambiente confortevole, ottimo cibo, personale gentile e un conto adeguato al livello del locale. Offriamo un prezzo concorrenziale, un servizio accurato e veloce, personale preparato e un post vendita che incontra le esigenze dell'autoriparatore. Riusciamo inoltre a personalizzare il servizio in base alle esigenze di ciascuno, a cui costantemente chiediamo di indicarci le aree di miglioramento, in modo da poter confezionare un reale servizio su misura. Per essere sempre più vicini agli autoriparatori, una squadra di 11 addetti alle vendite costantemente e quotidianamente visita i nostri 700 clienti, raccogliendo un patrimonio di informazioni e stimoli utile al miglioramento costante del nostro modo di operare. A questo si aggiungono due fidelity manager, al fianco della forza vendita, a supporto di tutte le nostre attività non commerciali. Gestiamo programmi di fidelizzazione Groupauto, siamo distributori di quello che noi riteniamo essere il miglior software per la gestione dell'officina, ProMEK, oggi ProMEK Evolution, uno strumento con un potenziale enorme.

Abbiamo per ciascuna delle tre sedi un'aula di formazione, dove effettuiamo corsi tecnici e commerciali in collaborazione con i nostri fornitori. Abbiamo accordi di distribuzione

TIS WEB

ONLINE

Dati Tecnici per officina direttamente dal tuo strumento.



Tutti i servizi sempre a disposizione!

WWW.TECNOMOTOR.IT

con produttori di attrezzatura officina. In definitiva ci proponiamo come fornitore globale per un autoriparatore che vuole guardare al futuro.

L'attenzione al cliente quindi è una carta vincente, come siete organizzati al riguardo? E per le consegne?

Esatto, per Autoluce ogni cliente ha delle esigenze specifiche e merita soluzioni personalizzate.

Per esempio: il cliente del banco si aspetta un addetto e degli spazi dedicati, di qui il progetto di separare totalmente l'area banco dal magazzino, in un ambiente silenzioso, confortevole e isolato dal magazzino, in cui gli addetti non rispondano più al telefono, ma siano a loro completa disposizione.

Garantiamo dalle due alle sei consegne al giorno, a seconda della distanza del cliente dalle varie sedi, abbiamo dovuto modificare gli orari di partenza dei vari corrieri, recependo le indicazioni della clientela, integrando nella loro agenda lavori i nostri orari di consegna.

Abbiamo reso "fissi" i costi legati ai corrieri, consentendoci di consegnare anche una sola lampadina e in qualsiasi provincia della Lombardia. Abbiamo da poco allargato la nostra presenza anche alla provincia di Como, grazie all'inserimento di un nuovo addetto alle vendite, una zona poco distante da noi, in cui garantiamo da subito due consegne al giorno (il servizio minimo che garantiamo a tutti i nostri clienti). Inoltre, abbiamo munito il nostro gestionale di un componente in grado di tracciare le nostre performance logistiche, dall'ordine del prodotto alla consegna finale, per capire quali sono i tempi e dove possiamo migliorare.

Per concludere, la filiera distributiva è destinata a cambiare? Come vede l'ingresso di questi nuovi attori nel nostro mercato?

Parliamoci chiaro: a breve ci confronteremo con un modello distributivo che sarà diverso da quello di oggi. Accanto agli attori tradizionali, l'interessamento delle case auto verso il mercato aftermarket, fa pensare che qualcosa cambierà, mi aspetto anche l'interessamento di attori esterni al nostro mondo, Amazon etc.

Il motivo di tutto ciò? I macro-numeri del mercato indipendente sono un'opportunità su cui vale la pena investire, per le case auto sono anche lo strumento per recuperare quanto perso negli ultimi 10 anni dalla loro rete. In Autoluce siamo certi di avere delle forti competenze nel nostro mercato di riferimento, l'ingresso di questi nuovi attori, se si modificasse il modello distributivo, non potrà prescindere dal confrontarsi con lo stesso. Sarà una opportunità solo per alcuni, per chi sa far bene il proprio lavoro, per chi da anni lo sa fare all'interno di un gruppo, per chi non ha paura di cambiare, allora il futuro sarà una sfida difficile, ma emozionante. ■