

MARKETING

Tempo fa, in presenza di condizioni economiche più vantaggiose, l'attività dell'installatore era prevalentemente orientata alla ricerca di nuovi clienti. Al giorno d'oggi, la sola attività di vendita non è più sufficiente. È necessario quindi abbinarla ad un'attività di servizio che può essere direttamente assimilata all'assistenza tecnica oppure alla manutenzione programmata.

Venditori o prestatori d'opera?

DI ANGELO CAREMI

In passato, ogni tipologia di attività promozionale aveva l'unico fine di procurarsi la vendita, di conseguenza l'installazione. Questa sequenza di attività si ripeteva sistematicamente di cliente in cliente.

Effettivamente l'attività legata alla pura e semplice vendita di prodotto riusciva fino a qualche anno fa, a garantire volumi di affari necessari all'autosostentamento delle aziende di installazione stesse.

Risulta evidente che, al giorno d'oggi, questa situazione non è più legata all'attualità delle cose e di conseguenza la sola attività di vendita va abbinata ad un'ulteriore offerta che dovrà, per forza, prevedere anche un'attività di servizio che può essere direttamente assimilata all'assistenza tecnica oppure alla manutenzione programmata.

Il valore aggiunto del servizio oltre la vendita non è più un qualcosa in più che fa emergere alcune professionalità aggiuntive ma, al contrario, viene percepito da subito come un must, un qualcosa che necessariamente deve essere presente.

La vendita di un prodotto si è trasformata in un'operazione che ha come obiettivo primario la fidelizzazione del cliente, questa fase non può che essere valorizzata attraverso la proposta e l'attuazione di un'offerta di servizio parallela inerente al prodotto stesso.

Questo passaggio di com-

petenze interessa ovviamente anche il mercato della climatizzazione. Possiamo cercare di capire cosa succede nelle fasi del processo di vendita: scelta, preventivazione, dimensionamento ed installazione.

Un'offerta completa spesso dovrebbe avere al suo interno anche una proposta di contratto di manutenzione programmata ad esempio.

L'installatore rimane comunque il punto di riferimento per l'utente finale in caso di malfunzionamenti del prodotto da lui installato.

L'attività legata al post-vendita assume perciò un'importanza fondamentale per essere competitivi anche in quella attività che fino a qualche tempo fa si concludeva con il completamento della fase di installazione ed il relativo collaudo.

L'IMPORTANZA DELLA FIDELIZZAZIONE

La fidelizzazione è la chiave di questa evoluzione di mercato, rispettando le sempre valide variabili economiche, oggi il valore aggiunto è dato da quello che il cliente percepisce come un servizio dedicato, personalizzato ed efficiente.

L'installatore oggi non è più un venditore di prodotto ma un vero e proprio consulente nella gestione dell'efficienza e della affidabilità dei sistemi che installa.

La ricerca di un partner, di un consulente, è molto più importante della ricerca del miglior prezzo o del miglior prodotto disponibile.

Le variabili storiche che influenzano la scelta del consumatore rimangono quelle legate a prezzo, prodotto, disponibilità ed eventuale azione promozionale.

Le nuove variabili legate alla vendita invece parlano di fidelizzazione, servizio, consulenza, problem solving.

Inevitabilmente quindi il cliente finale è alla ricerca di sicurezza, affidabilità, coerenza, tutto ciò che lo fa sentire più sicuro nella scelta da fare e che dovrà poi accompagnarlo per anni, parliamo di beni durevoli perciò anche in ambito residenziale si tratta alla fine di investimenti.

Investimenti che hanno l'obiettivo il miglioramento della qualità della vita all'interno dell'ambiente in cui viviamo quotidianamente.

Possiamo dire che la ricerca della fidelizzazione è reciproca, così come il venditore, anzi, l'installatore persegue il fine di instaurare un rapporto continuativo e duraturo col cliente, anche il cliente stesso ha la necessità di avere un riferimento fisso, concreto, semplice ed affidabile per tutto il periodo in cui utilizzerà il bene per cui ha investito in modo determinato e a volte impegnativo.

L'INSTALLATORE COME FIGURA TECNICO-PROFESSIONALE

Nell'evoluzione di mercato poi, la figura dell'installatore viene percepita non più solo come azienda da cui acquistare il pacchetto completo, ma al contrario come professionista che può essere coinvolto per la sola posa in opera del prodotto. Questo avviene perché l'offerta è diventata capillare e mirata anche verso l'utente finale da parte di aziende e grossisti. L'installatore in parecchi casi ha dovuto adattarsi a questo nuovo ruolo dettato dalla scarsa competitività nei confronti delle strutture appena citate.

Ridurre la propria opera, oppure legarla indissolubilmente alla vendita del prodotto, soprattutto di fascia bassa, rischia di escludere il ruolo dell'installatore dal mercato. Egli deve mantenere un suo ruolo legato, soprattutto, all'apporto di professionalità all'interno delle logiche commerciali. È giusto che la figura dell'installatore rimanga un punto di riferimento per le soluzioni che abbiano un certo contenuto tecnico-professionale e non si focalizzi, ad esempio, sulla vendita dei monosplit. In quest'ultimo caso spesso delle realtà

installatrici si sono legate a catene di negozi che propongono la vendita del prodotto installato e demandano, appunto, la messa in opera a professionisti del settore.

Questo è anche uno dei motivi per cui l'installatore nel tempo ha cercato sempre più di occuparsi anche di tutti i servizi inerenti al prodotto proposto, a partire dall'assistenza tecnica fino ad arrivare alla manutenzione ordinaria e straordinaria e all'eventuale upgrade di prodotto, proponendosi a 360° come un vero e proprio consulente personalizzato.

Rimane comunque valido il fatto che, quando l'impianto da realizzare è di dimensioni medio-piccole, il ruolo di congiunzione tra il produttore e il cliente viene spesso ancora affidato all'installatore che rimane il riferimento principale, a livello impiantistico. L'installatore viene identificato come consulente durante la scelta, come tecnico durante l'installazione e come garante nel post-vendita. Sappiamo inoltre che, un'installazione eseguita a regola d'arte, garantisce un miglior funzionamento, e una vita più lunga al prodotto stesso. I benefici di un'installazione eseguita a regola d'ar-

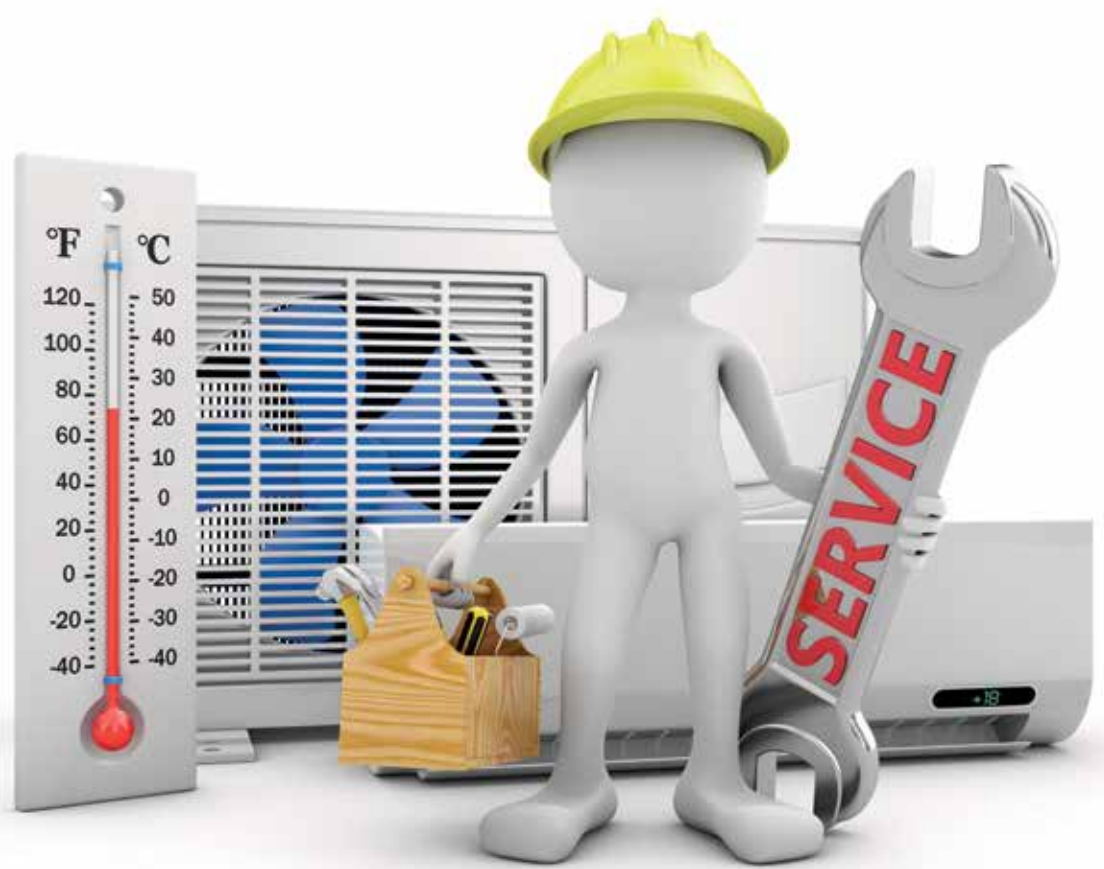
te, oltre che per il cliente, vanno a incrementare positivamente l'immagine qualitativa del produttore. A livello puramente statistico, circa il 90% dei malfunzionamenti segnalati è causato da problematiche legate all'installazione.

A volte l'installatore si trova in situazioni da gestire a 360° sia tecnicamente che commercialmente e deve essere in grado di districarsi in modo perfetto. L'obiettivo rimane sempre la soddisfazione del cliente che significa fiducia rinnovata, e pubblicità attraverso il passaparola, attività di promozione alquanto "datata" ma altrettanto efficace. Il cliente soddisfatto è il miglior veicolo pubblicitario esistente sotto tutti i punti di vista. La parte commerciale diventa importante se gestita in modo professionale: partiamo dal concetto sempre attuale del "chi più spende, meno spende".

L'ASSISTENZA POST-VENDITA

La voce, o una delle voci principali, nel processo che porta all'evoluzione dalla pura vendita all'offerta articolata anche da servizi, è quella che riconduce all'attività assistenza tecnica post-vendita.

Una delle necessità princi-



INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE

L'esigenza dell'utente finale si è modificata negli anni, grazie ad un'informazione più capillare e ricercata, generata come sappiamo dall'invasione del web all'interno delle famiglie italiane.

L'informazione viaggia ad una velocità multipla rispetto a pochi anni fa, ed è vero che magari la rete può anche diffondere notizie a volte prive di contenuto tecnico.

Di fatto però questo strumento di comunicazione viene utilizzato come veicolo promozionale da tutte le aziende produttrici e di conseguenza da tutte le aziende di installazione.

pali che guida un qualsiasi consumatore alla scelta di un prodotto rispetto ad un altro è sicuramente dettata dalla facilità di usufruire, in caso di necessità, del servizio di assistenza tecnica.

Sappiamo bene quanto sia già un disagio avere un apparecchio guasto o malfunzionante.

Se in aggiunta al malessere citato, ci mettiamo anche la difficoltà nel gestire le operazioni relative alla riparazione, allora andiamo a moltiplicare il disagio stesso.

Allo stesso modo le aziende produttrici hanno promosso la specializzazione e la professionalità di coloro che si andavano proponendo anche in ottica di assistenza futura.

Oltretutto i corsi riservati ai candidati centri assistenza si evolvono, tenendo in considerazione gli aspetti di rapporto con il cliente e le capacità propositive di chi si presenta a nome di uno o più brand per svolgere un servizio di qualità.

L'assistenza tecnica infatti, non è più solo legata alla pura e semplice riparazione del prodotto, ma l'incaricato deve assumere anche il ruolo di consulente per eventuali miglioramenti nell'utilizzo del prodotto stesso e per l'implementazione di un impianto esistente.

Essenziale, anzi fondamentale, è diventata la capacità di proporsi e di presentarsi dall'utente finale in modo garbato gentile e non invadente, proponendo, insieme a questa discrezione, una seria e concreta professionalità e competenza nel risolvere

un problema tecnico che si trasforma, se non gestito, in un disagio per gli utilizzatori.

Il passaggio dal ruolo di pura installazione a quello, aggiuntivo, di Service Centre, ha amplificato il bisogno di avere, da parte delle aziende, di professionisti sparsi sul territorio in un modo capillare e strutturato per poter essere maggiormente efficaci e tempestivi.

Di conseguenza l'installatore moderno non gestisce l'assistenza per un solo brand ma si trasforma in una struttura o la crea appositamente al suo interno, per operare come service centre Mono o Multimarca.

Come detto, la maggior parte delle strutture opera in multibrand, poiché difficilmente gestendo solo una marca si riesce ad avere un sufficiente volume d'affari per potersi permettere un'organizzazione efficiente e capace.

Le aziende stesse sanno benissimo che, per avere una società che operi in esclusiva, dovranno per forza di cose poter generare un'offerta ed un rapporto economico di un livello superiore ben consci di dover coprire i mancati introiti derivati da assistenze su altre marche.

Abbiamo visto come il ruolo delle aziende produttrici diventa molto importante, partendo dalla selezione dei giusti partners, passando per la formazione degli stessi fino alla fornitura degli strumenti adeguati all'adempimento delle attività richieste.

Di grande importanza è l'aspetto della formazione, che parte dai corsi di

IL SOPRALLUOGO: LA CHIAVE PER UNA BUONA INSTALLAZIONE

Una buona installazione parte da un sopralluogo, soluzione ideale che, pur impegnando del tempo nella fase iniziale del processo, permette un notevole risparmio poi in termini temporali ed economici. Durante il sopralluogo, infatti, si possono verificare con accuratezza le caratteristiche del locale da climatizzare. Si verifica l'esposizione ed il conseguente irraggiamento solare, lo spazio a disposizione per il passaggio di linee frigorifere ed elettriche, la bontà delle linee elettriche stesse. Si controlla inoltre la fattibilità degli scarichi per la condensa da smaltire, il posizionamento dell'unità esterna e la miglior soluzione estetica e funzionale per le unità interne. Questa è una fase cruciale nella quale si mette alla prova lo spessore professionale dell'installatore. È proprio in questa fase, infatti, che si materializzano le aspettative del cliente, ed è compito poi del professionista far sì che tali aspettative non rimangano disattese.

“ Il valore aggiunto del servizio oltre la vendita non è più un qualcosa in più che fa emergere alcune professionalità aggiuntive ma, al contrario, viene percepito da subito come un must

formazione periodici e essenziali per la fidelizzazione dell'installatore, fino alla creazione di vere e proprie strutture dedicate solamente alla formazione sotto tutti i punti di vista. I centri assistenza possono usufruire di un canale privilegiato per acquisto di ricambi e per l'accesso alla documentazione tecnica, ed ovviamente contatti interni dedicati per il problem solving così come interazione diretta con gli eventuali call centre esterni.

L'aggiornamento non riguarda più solamente l'aspetto tecnico ma investe anche tutti gli aspetti gestionali e operativi che riguardano il servizio post-vendita e che regolano le condizioni dei contratti di

manutenzione.

L'utilizzo delle nuove tecnologie velocizza e affina parecchio la capacità operativa e la tempestività delle società nell'operare a meglio in ottica di servizio. Col tempo si sono creati ad esempio portali dedicati ai centri assistenza, programmi di corsi dedicati e specifici per realizzare l'obiettivo di avere una squadra d'élite da utilizzare come plus assolutamente concorrenziale.

Questi progetti nascono da un dato di fatto. In Italia esistono installatori di grande esperienza, profonda conoscenza delle esigenze del mercato e riconosciuta competenza tecnica. Le aziende li hanno rigorosamente selezionati e scelti stringendo una sorta di patto: un impegno che vincola l'installatore all'aggiornamento continuo, ad un servizio professionale di alta qualità, ad informazioni complete ed aggiornate. Questi sono dei riconoscimenti che si accompagnano a chiari vantaggi che ogni Instal-

latore riconosce ai suoi Clienti: dal prodotto sempre aggiornato, ai prezzi bloccati, dal sopralluogo gratuito, all'assistenza tempestiva, dall'intervento tecnico, alle tariffe preferenziali per la manutenzione annuale, tutto deve essere chiaro, trasparente e senza sorprese.

Ad esempio, una formula di contratto "senza pensieri" nel quale il cliente, attraverso il pagamento di un piccolo canone annuale, si assicura la possibilità di copertura parziale o totale del costo di eventuali guasti ed in aggiunta una visita di manutenzione all'impianto programmata prima dell'avvio della stagione di utilizzo.

L'installatore si assicura così un contatto diretto e continuativo con il cliente, attraverso l'erogazione di un servizio di base, semplice ed efficace che però, allo stesso tempo, crea quel rapporto che difficilmente si potrà incrinare perché basato sulla fiducia e sul riconoscimento delle capacità professionali.

IL SETTORE DEI SERVIZI NELL'ERA DIGITALE

Non possiamo non parlare di quanto le nuove tecnologie abbiano aiutato la crescita del settore dei servizi.

Come abbiamo già detto per quanto riguarda le scelte direttamente legate alla vendita e all'acquisto dei prodotti, allo stesso modo l'era digitale ha notevolmente influito sulle possibilità e le capacità operative di chi opera in ottica di servizio e di manutenzione.

La possibilità di agire da remoto per le prime verifiche in caso di anomalie, il rilevamento automatico a distanza di codici d'errore e malfunzionamenti e magari la lettura a distanza dei parametri operativi permettono a chi si occupa di questi servizi di crearsi uno spazio operativo esclusivo. Cosa significa questo? Innanzitutto, lo specialista può permettersi di avere un'idea sulla diagnosi relativa ad un'anomalia, ancor prima di recarsi fisicamente sul sito.

Allo stesso modo, e grazie alle statistiche disponibili, è possibile avere sempre disponibili i pezzi di ricambio più richiesti perché maggiormente soggetti ad usura o malfunzionamento.

La portabilità degli strumenti, tradotta in utilizzo di tablet e/o smartphone ha ulteriormente velocizzato qualsiasi tipo di attività di assistenza soprattutto nella prima fase di intervento, quella della diagnosi.

Cosa ci aspetta in futuro quindi? All'insegna dell'interconnessione totale avremo situazioni sempre più gestibili in remoto, l'interfacciamento con sistemi e non con operatori, quest'ultimi ci auguriamo sempre più dedicati a quella parte dell'attività di un livello superiore dal punto di vista organizzativo e relazionale.

“ La ricerca di un partner, di un consulente, è molto più importante della ricerca del miglior prezzo o del miglior prodotto disponibile

Valvole miscelatrici a controllo elettronico

La nuova generazione di valvole miscelatrici a controllo elettronico introduce nuove funzioni su tutta la gamma e le rende connesse mediante seriale RS485 con protocollo Modbus: ora è possibile modificare a distanza tutti i parametri di gestione e verificarne lo stato di funzionamento. DIAMIX/COMPAMIX sono progettate e realizzate per l'installazione su impianti industriali (impianti di refrigerazione, industria conserviera, settore enologico ecc.), civili o, più in generale, dove si rende necessario miscelare due fluidi regolandone la temperatura a punto fisso. Un segnale proporzionale in tensione 0-10V consente di variare il setpoint della valvola miscelatrice da remoto con intervallo massimo compreso tra -15°C e +90°C. Attivando la specifica funzionalità mediante tastiera e display e collegando la sonda di temperatura esterna è possibile lavorare in climatica sugli impianti di riscaldamento in alta temperatura. DIAMIX L / COMPAMIX L sono dedicate agli im-

pianti centralizzati con produzione e distribuzione di acqua calda ad uso sanitario dotati di ricircolo nei quali è necessario effettuare periodicamente il ciclo termico di disinfezione dal batterio della legionella. Grazie alla porta seriale con protocollo Modbus ed al software LegioPoint (disponibile gratuitamente) è possibile accedere alla memoria della valvola miscelatrice e visualizzare lo storico dei cicli effettuati completi d'informazioni sulla durata, la temperatura massima, minima e media, eventuali allarmi che hanno reso il ciclo incompleto o non realizzabile. Inoltre è possibile avere l'accesso e monitorare tutti i parametri di funzionamento ed integrare la valvola miscelatrice nei moderni sistemi di Building Management (BMS). Completa il prodotto la programmazione oraria su base giornaliera o settimanale della pompa di ricircolo e la possibilità di mantenere costante la temperatura di ritorno dall'anello di ricircolo modulando la pompa con segnale PWM.



Comparato Nello srl
Viale della Libertà, 53,
Località Ferrania, 17014
Cairo Montenotte (SV)
Tel: +39 019 510.371
www.comparato.com