

Datemi un deposito

Uno dei principali problemi della categoria dei rivenditori specialisti di pneumatici è rappresentato dal fatto che, almeno nel vettura, possono passare tranquillamente quattro anni tra un cambio gomme e l'altro, ed in questo lasso di tempo diventa difficile programmare politiche di fidelizzazione.

La stagione dell'invernale quest'anno è andata bene. Molti rivenditori, almeno quelli che per collocazione geografica hanno potuto beneficiare del fenomeno, hanno tratto un significativo risultato da questa nuova sensibilità dell'utenza, cui non è certo estranea l'intensa opera di sensibilizzazione sulla sicurezza effettuata da Asso gomma e Federpneus.

Certo che all'aumentare del numero dei clienti che effettuano il cambio stagionale crescono anche le complessità logistiche derivanti dal tenere in deposito gomme della clientela.

Quelle che però ora sono vissute come complicazioni, si trasformeranno ad aprile in clienti che torneranno al negozio per rimontare i pneumatici estivi, con tutto quello che ciò significa in termini di possibilità di presentare la propria offerta di servizi.

Uno dei principali problemi della categoria è rappresentato dal fatto che, almeno nel vettura, possono trascorrere tranquillamente quattro anni tra un cambio e l'altro dei pneumatici, ed in questo lasso di tempo diventa difficile programmare politiche di fidelizzazione.

Vedendo il cliente ogni sei mesi, naturalmente la situazione cambia radicalmente.

Avere un rapporto più stretto con il cliente, aumenta le opportunità per il rivenditore specialista, ma anche la responsabilità. Il cliente avrà infatti la possibilità di apprezzare meglio la professionalità del rivenditore e quindi di volere fruire di ulteriori prodotti e servizi, ma anche più possibilità di constatarne gli eventuali limiti.

Una seconda spontanea riflessione è che diventa difficile pensare che il deposito, come gli altri servizi connessi alla ruota, non abbia un valore. Se il cliente riconosce i servizi nel momento del cambio stagionale e acquisisce la giusta mentalità, questa mentalità potrà essere coltivata anche nel momento della vendita delle gomme.

Passati i bei tempi eroici, oggi il cliente si avvicina e si mantiene sommando tanti comportamenti.

L'abitudine al cambio stagionale, se verrà confermato anche nei prossimi anni il trend attuale, sarà forse tra i fattori a cui dedicare particolare attenzione. Non c'è motivo di ritenere il contrario, atteso che oltralpe è un fenomeno consolidato ormai da molto tempo.

Se è giusto infatti sottolineare le criticità ed i problemi della categoria, è altrettanto giusto parlare delle cose positive che sono accadute. Del resto, se è vero come è vero, che la rivendita specialistica, con tutti i problemi ed i profeti di sventure con cui ha dovuto fare i conti, controlla ancora circa il 70% del mercato, evidentemente qualche freccia dal proprio arco è ancora capace di scoccarla, ed anche con buona mira.

Renzo Servadei