

Nuove strategie per il Regno Unito

ANDREW COOPER, SALES & MARKETING MANAGER DELLA CUSTOMER SERVICE UK, PARLA DEI PIANI DI SVILUPPO PER IL MERCATO ANGLOSASSONE. DALLE 11 AREE PRINCIPALI, AL MASTER PROGRAM

Il 2011 si aprirà uno scenario emozionante per la Customer Service in UK e per la rete di concessionari nel Regno Unito. Perché ce lo spiega Andrew Cooper, Sales & Marketing Manager della Customer Service UK. "La pianificazione del mercato - dice Cooper - è cominciata all'inizio del secondo semestre, quando abbiamo analizzato tre punti a nostro avviso molto importanti per lo sviluppo: le azioni che svolgiamo attualmente e che desideriamo/necessitiamo proseguire in futuro, le azioni che non sono ancora state intraprese, ma che desidereremmo introdurre in futuro, e quanto abbiamo fatto, ma che non desideriamo proseguire.

Questa analisi ci ha portato a identificare 11 aree principali per il Regno Unito, che sono collegate e si integrano a vicenda. Siamo così andati a creare un ampio programma per incrementare sia le prestazioni dei nostri servizi Assistenza e Ricambi, sia il livello percepito e raggiunto del servizio fornito ai clienti. Essendo 11 le aree chiave identificate, è stata trovata subito l'analogia numerica con i componenti di una squadra di calcio, ma non una squadra qualsiasi, bensì la migliore, la squadra vincente". Come in una squadra vincente, ogni suo componente svolge un ruolo preciso, per centrare l'unico e vero obiettivo finale che è la vittoria.

Quali sono dunque le aree principali?

Le 11 aree chiave sono le seguenti: 1. Programma bonus ai concessionari. 2. Campagne parti di ricambio. 3. Campagna assistenza. 4. Campagna incentivi ai concessionari. 5. Bullder. 6. Fleetrite. 7.

Sviluppo del database clienti. 8. Eventi per i clienti. 9. Iniziative centrali di Iveco. 10. Sfida sul prezzo dei ricambi. 11. Qualità del servizio.

Il Master Program è una delle attività più interessanti per assicurare un servizio adeguato di assistenza e ricambi per i modelli fuori produzione. Com'è articolato questo programma?

L'obiettivo 2011 del Master Program per il Regno Unito sarà molto specifico. Concentreremo la nostra attenzione sull'intero periodo di produzione del van Daily S2000 da 3,5 tonnellate, dal 2000 alla fine del 2006. Perché abbiamo scelto un'analisi così specifica? Nel Regno Unito, la legislazione sulle licenze agli operatori sancisce, per i veicoli oltre 3,5 tonnellate, che l'operatore "disponga di attrezzature proprie di manutenzione, o abbia un accordo con un'officina e denaro sufficiente per mantenere i propri veicoli in buono stato ed efficienti". In sostanza, ciò significa che tutti i mezzi oltre le 3,5 tonnellate devono essere sottoposti a regolari ispezioni di sicurezza, solitamente ogni 6-8 settimane, e che quindi siano portati più di frequente dai concessionari, in quanto i clienti spesso richiedono un intervento di controllo presso un'officina. Per i veicoli oltre 3,5 tonnellate, fino allo Stralis e all'Eurotrakker, sono quindi già maggiori le possibilità di fidelizzare i clienti. I più alti margini, per noi, sono offerti dalla classe di veicoli da 3,5 tonnellate, in parte grazie alla legislazione che non prevede lo stesso regime di manutenzione, ma anche perché il numero di Iveco Daily nel Regno Unito è aumentato notevolmente negli ultimi 10

anni. Attualmente il parco mezzi Iveco per tutte le gamme di modelli si attesta circa sulle 125 mila unità, delle quali 70 mila sono Daily. Di questi Daily, più del 50 per cento ricade nella categoria dei mezzi <3,5t e dell'S2000, ovvero oltre il 25 per cento del parco mezzi di 10 anni.

Come intendete quindi attirare clienti e operatori?

Abbiamo combinato tre punti che, insieme, costituiscono un'offerta imbattibile per il cliente: ricevere un controllo gratuito delle condizioni del veicolo, questo fornisce informazioni appropriate sullo stato del suo mezzo (e offre inoltre al Concessionario l'opportunità di identificare qualsiasi altro lavoro richiesto). Scegliere fra due servizi a prezzo fisso (M1 o la sostituzione delle pastiglie dei freni anteriori), ciò per consentirgli di conoscere il costo dell'opzione di servizio scelta e, infine, ottenere una garanzia nazionale di tre anni su tutti gli interventi effettuati nel corso della visita al concessionario: assicura il cliente che tutti i lavori eseguiti e le parti installate dureranno più a lungo rispetto a quelli di qualsiasi altra officina.

E infine un importantissimo argomento di vendita, cioè tutto questo per appena £123 più le tasse! Ecco come formulare un'offerta senza confronti! Siamo così arrivati a un'unica offerta che comprende qualità, trasparenza, garanzia e valore e allo slogan "è facile come dire 1-2-3".

Seppure molto mirata, questa attività rientra perfettamente nel Master Program, in quanto l'obiettivo principale di tale programma è: riacquisire i volumi di vendita dei ricambi (e della manodopera) relativi ai

veicoli delle vecchie gamme, riportare i proprietari di questi veicoli nella rete dei concessionari e ribadire l'importanza di servizi e ricambi originali per i veicoli meno recenti, al fine di garantire sempre prestazioni al massimo livello e il massimo valore del mezzo.

Come intendete promuovere Bullder ed Elements? Organizzerete nuove strategie o campagne pubblicitarie?

Il prossimo sarà un anno di crescita per Bullder nel Regno Unito, con un grande impulso nel primo trimestre. In gennaio e in febbraio, inizieremo con il processo fondamentale di sviluppo e trasferimento delle conoscenze e delle competenze sui rimorchi con i tecnici di vendita ricambi dei concessionari.

Per avvantaggiarci dell'attività di Bullder nell'ambito della frenatura dei rimorchi (i componenti dell'impianto frenante raggiungono il 60 per cento del mercato potenziale annuo di 75 milioni £ dei ricambi per rimorchio nel Regno Unito) e per incrementare le vendite in particolare delle ganasce dei freni a tamburo, in febbraio renderemo disponibili le ganasce per freni dei rimorchi provviste di guarnizioni, con il Part Number Bullder, provenienti dal magazzino di Winsford. Promuoveremo poi una forte attività di marketing per questo prodotto, non solo in virtù dei volumi di vendita potenziali, ma anche perché rappresenta una delle linee chiave di articoli attraverso le quali i clienti valutano i fornitori e il loro programma. Questo si rivela un ottimo mezzo per instaurare un rapporto con clienti potenziali possessori di rimorchi che li introduca poi all'intera gamma di prodotti di Bullder. Verso la fine del primo trimestre, dovremmo vedere il nuovo e migliorato raccogliatore Bullder che il team di Capello ha sviluppato centralmente. Questo notevole miglioramento nell'identificazione e nella catalogazione su copia cartacea integrerà ulteriormente il nostro obiettivo di formazione e, naturalmente, il nuovo assale aggiunto alla gamma di prodotti di Bullder. Oltre a queste attività, stiamo preparando del materiale pubblicitario cartaceo per i punti vendita ed estenderemo la nostra azione anche al marketing digitale con volantini elettronici per i nostri clienti. Dopo il rebrand a metà del 2010 con il



logo Elements - Long Life Vehicles -, avvieremo altri corsi di formazione per i concessionari sulla vendita di contratti di manutenzione programmata (PMC). Nel 2011, è previsto un corso di formazione di 5 giorni per il Regno Unito, la Scozia e l'Irlanda del Nord presso i concessionari e le sedi esterne, il quale combinerà l'insegnamento delle competenze per i contratti PMC della Customer Service e le tecniche ISVOR di formazione degli addetti alle vendite. L'argomento del corso è destinato a incoraggiare i direttori vendite dei concessionari e i direttori vendite Customer Service dei concessionari a presentare i contratti PMC proprio all'inizio del dialogo con un potenziale acquirente di veicoli e, in quella fase, a definire in modo completo le esigenze di servizio e manutenzione del cliente, proponendo il più appropriato dei pacchetti flessibili di Elements. Per motivare la presentazione e la vendita di contratti PMC di Elements secondo lo stile proposto nel corso, abbiamo un interessante incentivo per i direttori vendite per il 2011 che sicuramente renderà coesa la Iveco UK.

Parliamo ora della qualità del servizio. Quanto è importante per i clienti anglosassoni?

È importantissima! Tanto che occorre soddisfarne la grande aspettativa con un

servizio all'altezza se non lo si vuole perdere. Di questi tempi, è difficile stupire un cliente con l'alta qualità del servizio, mentre è molto facile scontentarlo con un servizio di basso livello. È per questa ragione che da quattro anni lanciamo il programma "A Plus" per i concessionari al quale, naturalmente, nel 2011 dedicheremo ancora maggiore attenzione e impegno. A integrazione di questo programma, la nostra attività prevede anche un pannello di presentazione, da collocare alla reception del Servizio, contenente un poster con il titolo "Lo sapevi?". I poster avranno un oggetto diverso e si avvicenderanno nel pannello di presentazione a intervalli regolari. Promuoveremo: Origin 100% Iveco; RFID; V.O.R. Log e supporto; ANS; Standard qualitativi del concessionario A Plus; E.A.S.Y. (Electronic Advanced System) e RSS; Contratti PMC di Elements ed Estensione della garanzia; Consulenza; Garanzia di 2 anni; DEEC (Dealer Electronic Excellence Community); Centro clienti Iveco; OneCall; Orari di apertura della rete di servizi; Formazione tecnica. Solo per citarne alcuni!

Questi punti concorrono tutti a rendere imperdibile l'offerta dei servizi Iveco. Questi servizi, messi assieme, ci rendono superiori alla concorrenza, in quanto nessun altro è in grado di formulare la stessa offerta, quindi perché mai il cliente dovrebbe servirsene altrove? Dobbiamo promuovere questi servizi vantaggiosi attraverso tutti i canali di pubblicità. ■