

5.4 Posta elettronica

>>> Intervista aziendale: catalogo online



magazine

>> 2

INTERVISTA A MARCO MIGLIORINI

Perchè immaginare il futuro quando si può inventarlo? E' rivoluzione in casa GM con un nuovo software gestionale e il catalogo on line di tutti i prodotti distribuiti.

"Avere una storia ventennale alle spalle è importante, ma oggi conta fino ad un certo punto se non si sviluppa la capacità di elevare le proprie esperienze al futuro e al potere dell'immaginazione". Ha le idee chiare Marco Migliorini, titolare insieme a Marcello Grassini della Gm. Le sue parole sono esempio di un modello di imprenditoria che vuole volare alto, di una politica aziendale che punta sulla continua ricerca di innovazione articolata in dimensioni diverse per generare quel ciclo virtuoso capace di sfociare in qualità aziendale. Nata come azienda idrotermosanitaria, Gm ha avuto il coraggio e la competenza di avviare nuove attività imprenditoriali, ed oggi si occupa, con professionalità, di altri settori: energie rinnovabili e alternative, impianti di irrigazione, depurazioni acque. Una filosofia che si traduce anche nello sviluppo di un valore distintivo per la clientela che ha consentito alla società non solo di consolidare le proprie posizioni nel mercato nazionale della idrotermosanitaria, ma di affrontare le sfide generate dalla globalizzazione. La spinta continua verso il miglioramento e la crescita coinvolge il ripensamento di tutto il sistema che implica, tra l'altro, significativi investimenti. Con l'obiettivo di adottare un approccio che fosse ancora più orientato al cliente, Gm ha scelto di costruire un modello di relazione basato su software e hardware d'avanguardia, che le consentono una gestione integrata e più efficiente di tutte le attività di vendita con ricadute positive sia all'interno dell'azienda sia all'esterno. La società metterà on line, un sito completamente riprogettato in chiave dinamica, caratterizzato da un programma che è stato disegnato appositamente e pensato non solo per la vendita on line, ma per comprimere i tempi di transazione e di consegna tra azienda e cliente. Nel

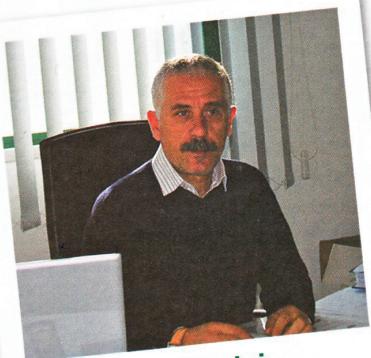
funzioni: collegandosi ad Internet si potrà, nel tempo di un click, entrare in contatto con le caratteristiche della merce, conoscerne il preventivo, e naturalmente, acquistarlo. Al catalogo multimediale si affiancherà anche quello cartaceo che il cliente potrà portare sempre con sé sul luogo di lavoro (entrambi saranno in funzione dal 2009). Ma entriamo più nei dettagli dell'operazione parlando direttamente con Marco Migliorini.



Marco Migliorini

Marco, pensando alla professione dell'idraulico, tra i più classici degli artigiani, figura che, ancora oggi, nell'immaginario collettivo rimanda alla bottega stracolma di arnesi e di ricambi, come si colloca questo investimento? Scusi la sincerità... ma non le sembra fuori target?

Pensare avanti è sempre stato scritto nel dna di GM... voglio dire che personalmente ritengo che mettere costantemente in discussione la conoscenza acquisita ed impegnarsi a superare i limiti prima accettati, sia l'unico modo per acquistare nuove quote di mercato; sicuramente credo che i tempi siano maturi per attuare tale cambiamento. È vero, oggi esiste ancora la bottega artigiana e l'idraulico che arriva con il furgone dove ha caricato su tutta l'azienda, ma a questa realtà si affianca sempre più spesso la piccola media impresa, in grado di diversificare le sue competenze e di proporsi ai clienti più professionalmente. L'idraulico deve occuparsi di budget, deve risolvere problemi anche complessi, magari ha il pc e naviga in internet per aggiornarsi; è in grado quindi di consultare un catalogo on line per sapere in tempo reale, per esempio, se un ricambio è disponibile. Insomma, lo scenario sta evolvendo velocemente, e, conseguentemente, mutano le esigenze dei nostri clienti e quelle dei loro. Vede, sempre di più la competitività si gioca sul fattore tempo, sulla nostra capacità di offrire risposte immediate. Per noi tutto ciò si traduce nell'utilizzare un sistema gestionale che garantisce che quello che il nostro cliente vede sullo schermo del proprio computer, è effettivamente presente in magazzino.



Marcello Grassini



Ciò significa aver ripensato la logistica e aver investito anche in strumentazione d'avanguardia....

Certo l'automatizzazione del magazzino ha significato l'introduzione del codice a barre, l'acquisto di lettori dedicati e di un software che consente la completa gestione dei processi di aggiornamento degli ordini da qualsiasi postazione autorizzata. E non solo, ha voluto dire anche riqualificare e formare parte del personale.

Il driver dell'innovazione è, dunque, fondamentale nel consolidare le posizioni aziendali ma quale sono le altre strategie che GM attua per crescere?

Sicuramente la diversificazione vale a dire l'ingresso in nuove aree di business, con l'ambizione di rappresentare il punto di riferimento in ognuna di loro e con l'obiettivo di differenziarci dalla concorrenza. Da molti anni si sente parlare di energia da fonti alternative cioè ottenute con sistema solare termico e fotovoltaico che hanno, tra i grandi vantaggi, la drastica riduzione delle emissioni inquinanti. Gm si sta interessando di impianti fotovoltaici dal 2005, prima che si "diffondesse la moda" e promuovere vendone la cultura. In azienda ci siamo resi conto che è un mercato che sta crescendo in maniera significativa, trend giustificato da una parte dai prezzi del gasolio e del gas che spingono a cercare altre forme di combustibile, dall'altra penso dal fatto che i clienti oggi siano più informati, e vengono in azienda già con alcune idee sulle tipologie di prodotto da acquistare. Idee che io spesso mi permetto di rivoluzionare!

Scusi, in che senso?

Ma credo che il miglior servizio che GM possa garantire alla propria clientela, e non mi riferisco solo al settore delle energie alternative, sia una consulenza di alto profilo. A tal proposito, Gm idrosanitari fa parte da lungo tempo di SEA Sistemi Energetici Alternativi, un consorzio di professionisti dedicato al fotovoltaico che garantisce un servizio di alto profilo dalla progettazione dell'impianto fino all'assistenza postvendita. Mi creda, non è nel nostro interesse vendere un impianto che poi non risolverà le esigenze del cliente...sono convinto, invece, che sia fondamentale per la Gm dare al cliente niente di più e niente di meno di quello di cui ha bisogno, fornirgli quindi non il sistema più costoso ma quello che per lui si rivelera il più funzionale. In linea con tale orientamento, in azienda per ogni area di business, abbiamo individuato un tecnico responsabile esperto e costantemente aggiornato che segue l'acquirente suggerendogli la soluzione migliore. Mi permetta poi di sottolineare che acquistare un impianto fotovoltaico da noi vuol dire scegliere non solo un qualificato servizio di consulenza ma anche di assistenza post vendita. È un dato di fatto che in Europa e nel Nord d'Italia il mercato del fotovoltaico abbia una tradizione più consolidata, ma mi permetta che sia io ora a farle una domanda: lei affiderebbe la manutenzione del suo impianto ad un'impresa che ha sede e tecnici non nella sua regione? Non credo, e checché se ne dica anche questi impianti necessitano di controllo regolari nel tempo.

a Comprendere scritta. Intervista aziendale. Leggi l'introduzione in corsivo e rispondi alle domande. Poi riassumi oralmente il resto dell'intervista.

1. Da quanto tempo questa azienda è sul mercato?
2. Che tipo di modello di relazione commerciale ha scelto l'azienda?
3. Cosa permette di fare questo modello?
4. Che tipo di sito web ha progettato l'azienda?
5. Che cosa conterrà il catalogo online?
6. Cosa potrà fare l'utente che si collega al sito dell'azienda?
7. Cosa ne pensi di questo sito? Può essere migliorato? Come?

a Nominalizzazione. Trasforma il verbo in sostantivo, usando i suffissi "-zione" e "-mento" e facendo i necessari cambiamenti nella frase.

es.: (aprire un sito web) > effettuare l'apertura di un sito web.

- | | |
|------------------------------------|--------|
| (automatizzare il magazzino) | _____. |
| (introdurre il codice a barre) | _____. |
| (differenziarsi dalla concorrenza) | _____. |
| (consolidare i contatti) | _____. |
| (progettare un impianto) | _____. |
| (orientare il cliente) | _____. |



Derivazione lessicale.**A. Inserisci la parola mancante, come nell'esempio.**

AGGETTIVO	VERBO	SOSTANTIVO
<i>nuovo</i>	<i>innovare</i>	<i>innovazione</i>
diverso		diver sificazione
aggiornato	aggiornare	
	garantire	garanzia
migliorato	migliorare	
progettato		progetto
	intraprendere	imprenditore

B. Usa le parole che hai inserito in tabella per riempire gli spazi giusti.

1. aprire un sito appositamente per la vendita online.
2. consentire processi di ecologica.
3. dare una spinta verso il continuo dell'offerta.
4. promuovere la del prodotto
5. seguire un modello di eccellenza.
6. svolgere processi di logistica.