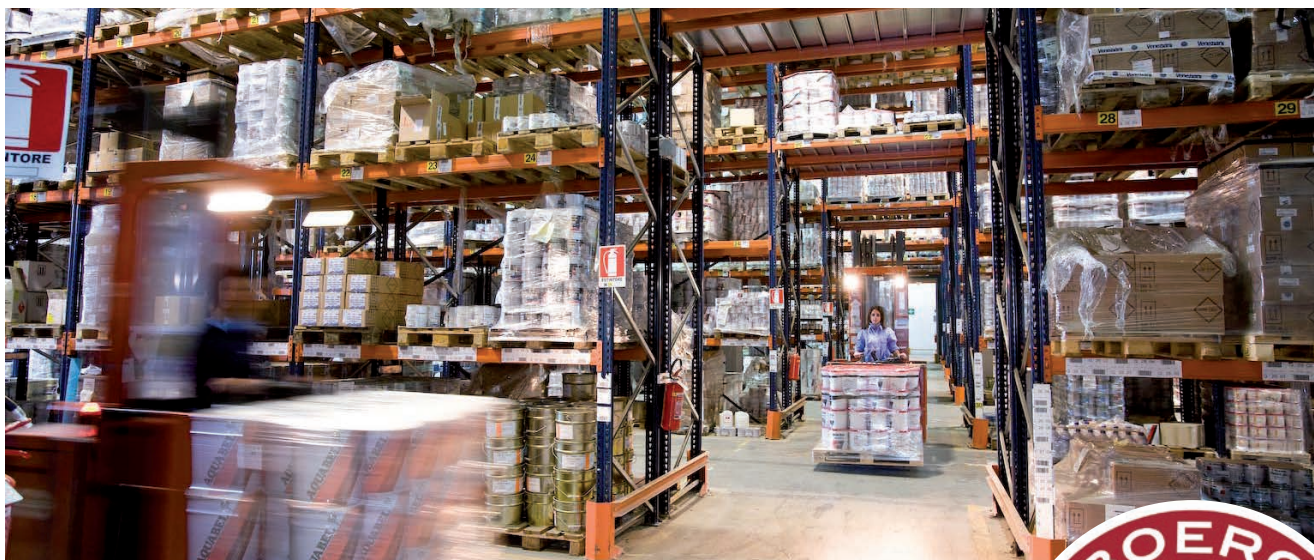


Il progetto su misura per i distributori



“
Boero Master è un progetto destinato a lasciare il segno nel mercato: il Gruppo stringe con i suoi distributori un sodalizio premiante ed esclusivo.

Con **Boero Master** il Gruppo Boero ha messo a punto un progetto che stringe il sodalizio tra l'azienda e i suoi distributori rafforzando le competenze di quest'ultimi e offrendo loro molti mezzi per aumentare la loro competitività e il loro presidio sul mercato. Sono le parole di Diego Tomasello, direttore generale operativo Boero Group, ad illustrare questa iniziativa nata per i clienti più rappresentativi del marchio del cigno, studiata e posta in atto per consolidare e concretizzare una partnership dai caratteri premianti ed esclusivi.

”
Diego Tomasello, sulla base di quali presupposti è nato il progetto Boero Master? Boero Master nasce in virtù di un attento studio del mercato magmatico che caratterizza il nostro settore e ha come

obiettivo quello di trasmettere progettualità concreta e rassicurazione ai nostri clienti perché avvertano la possibilità di stringere con l'azienda una vera e propria partnership che vada oltre la fornitura dei prodotti. La nostra competenza manageriale e la nostra esperienza ci pongono in condizione di conoscere molto bene quale è la maggior parte delle problematiche che affliggono i nostri clienti: per esempio, la concorrenza, la problematicità del credito, la complessità della logistica e della gestione del magazzino. La risposta a queste tematiche deve derivare dalla concretezza delle industrie ed è funzionale che nasca dalla stretta collaborazione con i distributori-imprenditori che da anni lavorano con noi.

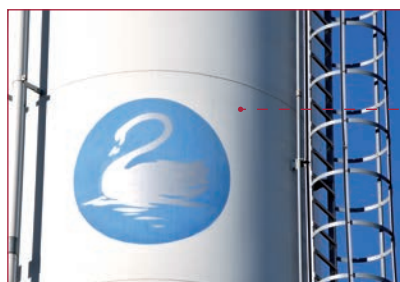


■ **Boero Master** è un progetto che stringe il sodalizio tra l'azienda e i distributori proiettando l'efficienza di Boero nella quotidianità dei punti vendita. A destra, Diego Tomasello, direttore generale operativo Boero Group.



Boero Master si propone, dunque, come una risposta concreta e fattiva alle esigenze di chi tutti i giorni 'lavora sul campo' ■■■

Per le caratteristiche che il mercato ha oggi, è indispensabile essere dinamici e flessibili ed essere in grado di far fronte alle sue tensioni, accelerazioni e rallentamenti per avere il dinamismo richiesto dal contesto economico. Boero sta mettendo in atto un'operazione di ampio respiro in funzione della quale la clientela è stata accuratamente analizzata e segmentata in base a cluster che hanno permesso una sistematica mappatura delle loro caratteristiche, delle loro problematiche e delle loro esigenze. Su questi dati oggettivi abbiamo costruito le risposte e le argomentazioni per potenziarne il business e sanarne la maggior parte delle debolezze. Noi siamo consapevoli che il potenziale espresso dai nostri clienti può essere aumentato risolvendo gli empassi che ne rallentano la crescita o la rendono stazionaria.



Quali sono gli elementi di difficoltà più importanti che sono emersi dal lavoro di mappatura che avete condotto?

Spesso i distributori hanno problemi di visibilità sul mercato e tra i concorrenti e, inoltre, non sempre sanno come costruire in modo proattivo il traffic building che giovi ai loro affari.

E' importante che lavorino sull'attrattività della proposta e che attivino un meccanismo di fidelizzazione verso il cliente finale.

Attraverso Boero Master vogliamo erogare ai nostri clienti un panel completo di servizi e formazione ad alto valore aggiunto, tecnica e manageriale, affinché possano irrobustire le loro skill e sposare una svolta sempre più imprenditoriale nella gestione della loro attività.

Quali sono i contenuti di Boero Master?

Boero Master comprende diverse aree di intervento che attengono ai segmenti del marketing e della comunicazione, dell'assistenza tecnica, dell'assistenza tintometrica, del customer service e della formazione.

Uno dei nostri scopi è quello di raccontare ciò che succede nel mondo di riferimento dei distributori.

Durante i nostri incontri dedichiamo il giusto spazio all'analisi del contesto in cui operiamo.

Le informazioni statistiche e oggettive e gli studi di settore uniti alla nostra e alla loro esperienza sul campo ci permettono di far luce su problematiche e opportunità senza autocelebrazioni ma con un tavolo di lavoro condiviso che potenzia e fa crescere l'imprenditorialità dei



partecipanti agli incontri.

Il settore dei prodotti vernicianti non è un satellite avulso dal mercato: per questo è indispensabile sviluppare la capacità di leggere e interpretare il mercato in cui ci troviamo ad operare anche affrontando argomenti tangenziali che riguardano, per esempio, il food, i macroindicatori economici o le concentrazioni commerciali.

Si tratta di veri e propri corsi manageriali che potenziano le opportunità di crescita e gettano le basi per una migliore competizione sul mercato. Chiaramente Boero Master vuol dire anche corsi tecnici che consentono di fare focus efficaci su prodotti, sistemi tintometrici, tecniche di vendita e servizi.

Ma Boero Master non è solo teoria ■■■ Boero Master propone ai clienti coinvolti un'assistenza tecnica specifica e dedicata, con un nuovo ed esclusivo numero verde per una risposta efficace e immediata.

Nei servizi di assistenza dedicata rientrano anche la linea telefonica/mail di servizio pronto colore e la piattaforma di connessione remota con i tintometri.

Per quanto concerne il customer service -studiato appositamente per loro- sono decisamente innovativi il portale dedicato, il tracking on line degli ordini e la consegna rapida an-

che in 24 ore. E, ancora, ci sono la mail box dedicata, il numero verde dedicato e la gestione reclami in 48 ore.

Sono stati studiati strumenti di marketing e merchandising per i distributori, campagne di comunicazione pubblicitaria, concorsi a premio, carte di fedeltà.

Inoltre, abbiamo previsto anche la possibilità di aiutare i nostri distributori a costruire degli shop in shop per massimizzare l'efficacia del punto vendita.

Ancora, stiamo investendo moltissimo su un nuovo asset tintometrico e stiamo spingendo alcune aree di produzione e Ricerca&Sviluppo di nicchie interessanti a livello strategico come i decorativi sui mercati esteri e il bio.

Insomma, una vera e propria opportunità per i distributori ■■■ L'idea finale è di dare al distributore Boero ancora di più in termini di prodotti, conoscenza, assistenza, formazione e supporti alla vendita affinché entri nella logica vincente del Gruppo.

Tutto questo funziona in un'ottica di cooperazione tra il nostro brand, che ha valore nazionale e il loro, che ha una forte identità territoriale. Unire i due ambiti di notorietà non può che facilitare ulteriormente i reciproci obiettivi finali.

Tutto questo contribuirà a ridisegnare l'ambito competitivo dei distributori Boero ■■■

Noi abbiamo un grande rispetto dei nostri competitors che, come noi, non stanno fermi ad aspettare gli eventi del mercato. Per questo riteniamo che sia sempre più importante trovare nei propri skill potenziati le qualità da giocare sul mercato che consentono di avere un vantaggio competitivo.

Ed è questo che trasmettiamo attraverso il progetto che stiamo portando in giro per l'Italia.

E' un progetto davvero ambizioso ■■■

Questo progetto è insieme il risultato di una riorganizzazione e un punto di ripartenza. Quest'anno Boero compie 185 anni e il compleanno è senza dubbio un momento di riflessione importante. Boero è un'azienda con un know how di grandissima importanza,



tutto italiano, che riesce da sempre a conciliare la sua dimensione industriale con la proprietà familiare aggiungendo un valore riconosciuto dal mercato e dai competitori come unico e prezioso.

Partendo da questo presupposto vale la pena effettuare una riorganizzazione studiata per valorizzare il patrimonio esistente e condividerlo con i distributori. Oggi lo staff che lavora a vari livelli su questo progetto è composto da competenze di comprovata capacità ed esperienza che hanno tradotto e traducono in fatti il progetto messo a punto. Abbiamo lavorato molto sia in termini di razionalizzazione e implementazione dei nostri prodotti, sia in termini di professionalizzazione degli uomini Boero per riuscire a sfruttare al massimo i benefici che nascono da un gruppo quotato in Borsa e dalle grandi potenzialità della nostra divisione R&D (una delle più grandi in Italia). Il mercato oggi ha bisogno di qualcosa di più di un catalogo pur ricco come il nostro e il progetto Boero Master va in questa direzione.

Come è stato accolto ad oggi il progetto Boero Master? Direi in maniera molto positiva perché coglie un'esigenza precisa e dimostra le potenzialità delle singole attività che possono crescere in maniera significativa e proattiva grazie ad una base solida costruita

“Attraverso Boero Master -afferma Diego Tomasello- vogliamo erogare ai nostri clienti un panel completo di servizi e formazione ad alto valore aggiunto, tecnica e manageriale”.



■ **Boero compie 185 anni** e li festeggia ricca di un know how di grandissima importanza, tutto italiano, che unisce la dimensione industriale alla proprietà familiare. Sotto, alcuni packaging dei prodotti Boero: fin dalla sua fondazione l'azienda pone una grande attenzione anche all'estetica e alla funzionalità dei propri prodotti.

sui prodotti Boero e sul loro valore. Non solo. Si tratta di un'esperienza che ha coinvolto in maniera trasversale azienda, distributori e forza vendita e che ha mostrato una rinnovata sensibilità dell'azienda verso i suoi collaboratori e i suoi clienti, che ha avuto riscontri appassionati. Pensiamo di avere creato il giusto substrato per consolidare il rapporto di fidelizzazione da parte dei nostri clienti verso di noi e da parte degli artigiani verso i nostri clienti.

Il progetto coinvolgerà anche gli altri marchi del Gruppo? Certo, Boero è un grande gruppo all'interno del quale anche gli altri marchi saranno coinvolti in un innovativo approccio al mercato. Abbiamo volutamente tenuto distinti i marchi: Attiva, Rover, Brignola e Torre hanno ancora molto potenziale da esprimere alimentando la ricchezza della proposta del gruppo. ■

