

Asso Ricambi: insieme per lavorare sul futuro



GIAMPIERO PIZZA, DIRETTORE
DEL CONSORZIO ASSO RICAMBI.

ADELE DE PAULIS, PRESIDENTE DEL CONSORZIO ASSO RICAMBI.



28
NM

UN IMPORTANTE CAMBIO DI PASSO PER IL CONSORZIO DI RICAMBISTI: NON SOLO CANALIZZAZIONE DEGLI ACQUISTI SUI FORNITORI MA SOPRATTUTTO SERVIZI AGLI ASSOCIATI E STRUMENTI PER MIGLIORARE LE PERFORMANCE DI VENDITA, A PARTIRE DALLA RETE ASSO SERVICE.

Tommaso Caravani

Ogni gruppo di acquisto nasce con l'obiettivo di trattare condizioni economiche e fee sul fatturato generato verso i propri fornitori. La storia insegna che basare una strategia "di gruppo" solo su questo fattore non porta grandi risultati e da sempre Asso Ricambi spinge sul pedale dell'acceleratore dei servizi, per fare in modo che il gruppo si trasformi passando da una impostazione tutta in "acquisto" a una in "vendita".

Potremmo riassumere così il leit-motivo dell'ultima assemblea degli associati del Consorzio Asso Ricambi, tenutasi lo scorso 26 e 27 febbraio presso l'Unahotel Expò Fiera di Milano (Pero). Un consorzio che,

proprio come sancito in questa occasione, raggiunge quota 112 associati e un'estensione praticamente nazionale.

LA DIFFERENZA È NEI CONTENUTI

Al di là dei numeri, snocciolati dal direttore Giampiero Pizza, è sui contenuti che si fa la differenza. E così, se già dallo scorso anno ogni associato riceve contributi da parte del consorzio in funzione delle attività svolte a supporto, quest'anno l'attenzione si sposta proprio sugli associati, con il lancio di Revo, un ambizioso programma di attività per portare gli associati a essere dei "Ricambisti Evoluti".

Una serie di strumenti che permet-

tono al ricambista di monitorare la propria attività, ma anche di essere volano per i propri clienti.

In quest'ottica, anche per quanto riguarda Asso Service, la rete di officine affiliate Asso Ricambi, si segnalano novità interessanti, come la creazione di siti web personalizzati per le officine, al fine di incrementare la presenza online del marchio con un'immagine coordinata, offrire informazioni utili a chi naviga in internet e convogliarli sull'autoriparatore di zona più adatto. Il tutto per dare valore e far crescere la rete Asso Service, punta di diamante del consorzio. Ampio spazio è stato poi dato anche agli altre iniziative del gruppo, come E-PRO, Asso TV e gli Asso Labs. Progetti che tra marketing e digitalizzazione puntano a rendere sempre più coeso il gruppo di imprenditori che hanno scelto Asso Service.

A latere dell'iniziativa anche un ampio spazio espositivo che ha visto protagoniste le aziende partner di Asso Ricambi che hanno sponsorizzato l'evento. ■