



Opportunità da cogliere

Pizza Ricambi, ricambista storico pugliese, continua a migliorare i servizi offerti confermando la sua vocazione alla ricerca continua della soddisfazione del cliente

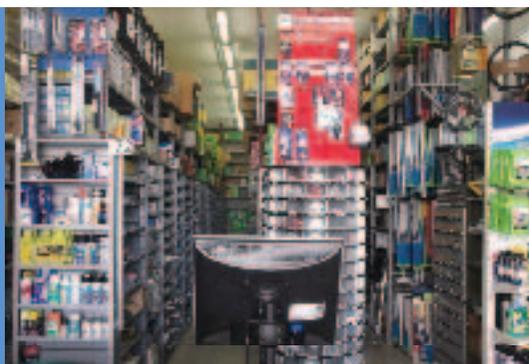
di Maruska Scotuzzi

Una sede principale a Lucugnano (Lecce), fondata nel 1980 e sorta su una precedente struttura di proprietà adibita a vendita di macchine usate e riparazioni, e una filiale a Maglie (Lecce) aperta nel 1993. Circa 3000 mq di superficie complessiva, 22 dipendenti e oltre 250 clienti tra officine e carrozzerie servite direttamente ogni giorno, a cui si aggiungono ulteriori 400 clienti tra automobilisti e clienti dell'e-commerce: questi sono i numeri raggiunti dall'azienda che dallo scorso mese di maggio ha cambiato la denominazione sociale da F.Ili Pizza S.n.c in Pizza Ricambi S.r.l. I soci in azienda sono tre: Aurelio, Vincenzo e Giampiero. I primi due sono

operativi nella società, Giampiero invece si occupa della direzione generale del Consorzio Asso Ricambi, a cui Pizza Ricambi è associata dal 1993. Uno staff dinamico e il costante impegno per migliorare i servizi offerti: sono questi, insieme alla qualità della gamma prodotto, i principali punti di forza. Per saperne di più, ne abbiamo parlato con Vincenzo che, oltre a illustrare la struttura e l'organizzazione interna, ha fornito un'analisi delle dinamiche in atto nel settore e delle sue potenzialità.

Mercato e fidelizzazione

"Un comparto quello dell'automotive in crisi, ma forse meno di altri settori".



Circa 3000 mq di superficie complessiva, 22 dipendenti e oltre 250 clienti - molti dei quali seguiti da sempre - tra officine e carrozzerie, serviti direttamente ogni giorno: questi i numeri di Pizza Ricambi



Per il meccanico, un legame forte con il proprio ricambista consente l'accesso a quei servizi tecnico-commerciali indispensabili per potere continuare l'attività. Una relazione, quindi, a doppio filo che va mantenuta nel tempo

Da sinistra Giampiero, Vincenzo e Aurelio Pizza



Esordisce così, Vincenzo Pizza che aggiunge: "La congiuntura economica certamente incide sui fatturati. In Puglia, peraltro i tempi sono stati diversi. Come se fosse sopraggiunta più tardi rispetto ad altre regioni e ora ne sia maggiormente coinvolta.

Occorre però organizzarsi affinché si possa rimanere altamente competitivi mantenendo al contempo un servizio efficiente e, come nel nostro caso, personalizzato. Ci siamo attrezzati, abbiamo messo a punto un negozio on-line che ci consente di raggiungere il consumatore in aree geografiche distanti dal nostro territorio, sia in Italia sia all'estero.

Attualmente questo business in termini di fatturato rappresenta una quota ancora bassa ma le potenzialità sono notevoli e i margini di miglioramento sono ampi.

Il sito è organizzato come vetrina delle proposte con oltre 14.000 codici e numerosi marchi". E le officine? "Per i nostri clienti professionali è previsto entro quest'anno il via all'e-commerce.

Ci stiamo strutturando anche in relazione alle figure preposte alla gestione di tale strumento.

Questo consentirebbe, tra l'altro, una maggiore razionalizzazione delle risorse

interne e, quindi, un più efficace servizio. In genere i clienti preferiscono il contatto telefonico, ma i tempi sono maturi e gran parte degli autoriparatori e carrozzieri è in grado di utilizzare i nuovi mezzi". Continua Vincenzo Pizza: "Cerchiamo di mantenere alta la qualità e di coinvolgere sempre i nostri clienti.

Il servizio in azienda è inteso come il risultato del giusto equilibrio tra professionalità e interazione diretta con il proprio interlocutore.

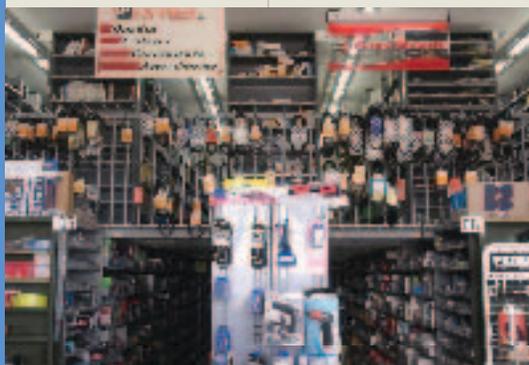
Ogni operatore ha esigenze diverse. Il valore aggiunto sta proprio nell'offrire il contatto diretto e mirato alla soddisfazione delle singole e diverse richieste.

Non è possibile oggi rapportarsi a tutti in modo standard.

Fidelizzare è questo. Inoltre, l'evoluzione tecnologica - che rende i sistemi in dotazione ai veicoli sempre più complessi da diagnosticare e riparare - e le stringenti normative europee spingono gli autoriparatori alla richiesta di assistenza, di attrezzature specifiche e di supporti, a prescindere dalla necessità di acquistare ricambi".

Per soddisfare le esigenze della propria clientela, Pizza Ricambi da diversi anni propone attrezzatura diagnostica a mar-

Per i clienti professionali, è previsto entro quest'anno il via all'e-commerce. L'azienda si sta strutturando anche in relazione alle figure preposte alla gestione di tale strumento



chio Tecnomotor e attrezzatura per la climatizzazione di vari produttori.

“Un collaboratore dedicato si occupa di questa specifica area (sia in termini commerciali sia di supporto tecnico) che rappresenta per noi un ulteriore punto di forza, pur non costituendo un vero e proprio business in termini di fatturato”. Tra le priorità di Pizza Ricambi, la formazione gioca un ruolo importante. “La disponibilità verso il cliente non è un concetto astratto, richiede impegno, costanza e preparazione. Crediamo nella conoscenza, nella formazione a tutti i livelli per fare fronte alla crescente competitività e al costante cambiamento del mercato automotive.

Da diversi anni, infatti, organizziamo incontri tecnici e corsi di formazione per promuovere il continuo aggiornamento e confronto tra gli operatori.

Far crescere le officine, renderle più competitive e al passo con i tempi è, dunque, un impegno a cui non ci si può sottrarre e che dovrebbe coinvolgere l'intera filiera. Inoltre, per il meccanico, un legame forte con il proprio ricambista consente l'accesso ai servizi tecnico-commerciali indispensabili per poter continuare l'attività. Una relazione, quindi, a doppio filo

Tra le priorità di Pizza Ricambi, la formazione gioca un ruolo importante. Da diversi anni, infatti, organizzano incontri e corsi che intendono promuovere il continuo aggiornamento e confronto tra gli operatori, grazie anche al Consorzio Assoricambi

che va mantenuta nel tempo. In questo senso l'appartenenza ad Asso Ricambi - uno dei primi consorzi a nascere, nel 1993, con programmi e progetti concreti - e che nel tempo si è ampliato diventando un gruppo rilevante di acquisto e di progetto nell'ambito dell'automotive indipendente - è per noi una opportunità per essere sempre più performanti e per rapportarci ai fornitori come gruppo organizzato di operatori che condivide anche informazioni e strumenti, e ottimizza le risorse per migliorare la qualità del proprio lavoro”.