

SHOWROOM

Privilegiare la vendita attiva

Uno spazio espositivo piccolo ma ben organizzato, interessanti servizi al cliente ma soprattutto una strategia di vendita fortemente ancorata al territorio. Questi i punti di forza de L'arte della Sicurezza

di Angela Fioriti

Lo showroom, un unico salone con due vetrine, propone un'esposizione alquanto classica. Da un lato le porte dall'altro le finestre. Lo spazio, contenuto, non consentiva un allestimento troppo articolato e per permettere al cliente di muoversi e scegliere agevolmente si è preferita un'esposizione che nella sua semplicità risultasse snella, pulita e molto ordinata. L'ambiente, in effetti, rende bene l'idea di ampiezza anche perché il numero di prodotti esposti è essenziale. Le porte per interno sono poste a parete lungo i muri perimetrali, mentre le finestre e gli infissi blindati, montati su due strutture in cartongesso, sono posizionati al centro dell'ambiente. Con i colori, giallo e verde, delle pareti si è voluto distinguere la parte espositiva da quella amministrativa, mentre si è utilizzato il rosso sia per richiamare il colore del marchio degli infissi commercializzati, sia per caratterizzare gli espositori tecnici, visibili anche dalla strada attraverso le vetrine, dove le sezioni dei serramenti richiamano subito l'attenzione del cliente. «In effetti – afferma Fabio Sardelliti, contitolare dello showroom – il cliente si ferma immediatamente a guardare con molta attenzione le sezioni delle finestre, rendendosi già conto delle differenze tra i diversi tipi che poi troverà lungo il percorso espositivo. Ciò agevola anche il nostro lavoro perché, oltre a facilitare la spiegazione, evita di dover continuare a spostarci con il cliente all'interno dello showroom». Fabio Sardelliti è socio titolare con il fratello Enzo de L'arte della Sicurezza, aperto dieci anni fa a Isola del Liri (FR) dopo un'esperienza maturata in un altro showroom di famiglia a Pescara. All'inizio, come esplicita la sua denominazione, distribuiva porte blindate a cui si sono presto aggiunte le inferriate e le persiane blindate e poi i serra-



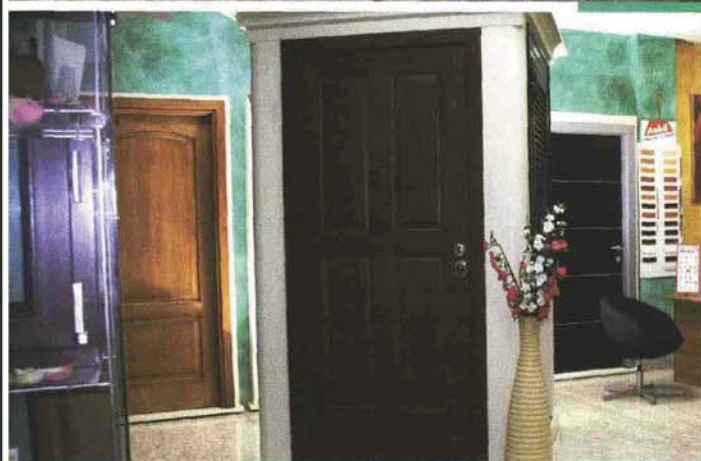
Fabio Sardelliti



menti e le porte per interno. «Siamo nelle immediate vicinanze di Frosinone e di Sora – continua Sardelliti – ma non lavoriamo solo in provincia, perché il nostro bacino di utenza si estende fuori regione, alle Marche e all'Abruzzo, per esempio. Nella nostra zona si è sempre pensato alla finestra come a qualcosa di necessario per chiudere delle aperture sui muri. Manca la cultura del serramento visto nella sua funzione tecnica e, quindi, la cultura del serramento di qualità anche perché, fino a quando non sono state emanate le normative a riguardo, grazie alle favorevoli condizioni climatiche, qui non si è mai parlato di risparmio energetico. Da qualche anno, quindi, stiamo cercando di acculturare il cliente spiegandogli che spendendo un po' di più risparmierà sui consumi energetici. Per fortuna da circa due anni la mentalità sta cambiando».

Per lavorare fuori regione avete, quindi, creato una rete di vendita?

Certamente, perché ritengo che per il rivenditore di porte e finestre sia fondamentale essere sul mercato con una rete di vendita. Noi l'abbiamo costituita anche grazie alla partnership con Stabill, il nostro fornitore di serramenti, e ora due nostri agenti promuovono i nostri prodotti nei cantieri e studi



tecnici curando per nostro conto i rapporti con i professionisti, le imprese. A mio avviso, il futuro dello showroom va nella direzione di vendita attiva, ossia promuovere direttamente sul mercato i prodotti distribuiti, perché se il rivenditore rimane all'interno dello showroom continuando a fare vendita passiva cresce, ma senza possibilità di sviluppare in maniera importante la sua attività.

Come avete preparato il personale esterno?

Per la formazione sia nostra sia dei nostri agenti ci siamo avvalsi della collaborazione di Stabil che organizza periodicamente corsi di formazione tecnica e di preparazione alla vendita. La partnership con il fornitore è fondamentale, perché insieme possiamo fornire al cliente un servizio migliore. Ogni cliente ha specifiche esigenze e non c'è prodotto che vada bene per tutti, per cui il rivenditore deve essere un consulente preparato sugli aspetti tecnici e normativi dei prodotti.

Avete deciso di puntare sulla partnership. È questa la ragione che vi ha spinto ad avere pochi fornitori e uno solo per gli infissi?

In passato distribuivamo più marchi e un po' di tutto, dal prodotto economico a quello di alta qualità. Circa sei anni fa abbiamo fatto una scelta diversa: la partnership con un'azienda in grado non solo di fornirci tutte le tipologie di finestre, ma anche disponibile a seguirci e a collaborare in termini di formazione, aggiornamento professionale e di assistenza alla clientela professionale. Per esempio, per quanto riguarda i grandi cantieri,

Chi è L'arte della sicurezza

Dov'è

Via Napoli 50/52,
Isola del Liri (Frosinone)

La superficie espositiva

130 metri quadrati

Gli addetti

2

I prodotti esposti

Finestre in legno, in legno-alluminio e in PVC, sistemi oscuranti in alluminio, persiane blindate, porte per interno,

portoncini blindati, portoni sezionali, zanzariere, maniglie

I fornitori

Blindò, DFM, Hoppel, Hörmann, Legnoform, Selega, Stabil

I servizi offerti

- rilievo misure
- preventivi gratuiti
- consulenza pre-vendita
- posa in opera
- assistenza post-vendita
- smaltimento di vecchi infissi
- manutenzione programmata

pur curando il contatto con l'impresa, i preventivi e tutta la parte tecnica, demandiamo la fornitura direttamente all'azienda di produzione. Così facendo, abbassiamo i costi per l'impresa e diventiamo più competitivi.

Come promuovete lo showroom alla clientela privata?

Oltre a partecipare a due fiere che si svolgono a Sora, siamo presenti presso centri commerciali, ma l'altro elemento determinante, nel far crescere la clientela è il "passa parola", un ottimo strumento di promozione, oltretutto gratuito, che fa per noi il cliente soddisfatto. La nostra clientela privata è di fascia medio-alta e si sta orientando sempre di più verso gli infissi in PVC, di cui attualmente c'è una forte richiesta, ma anche verso quelli in legno-alluminio che acquista soprattutto chi non crede nel PVC. Un altro tipo di prodotto di cui c'è una forte richiesta sono gli infissi blindati.

Tra i vostri servizi al cliente c'è la manutenzione programmata.

Quanto è apprezzata?

Ci occupiamo direttamente di posa in opera e quando l'affidiamo a squadre esterne in cantiere c'è sempre la nostra supervisione, ma seppur posato a regola d'arte l'infisso non va lasciato per anni senza alcun tipo di intervento se non una normale pulitura. Cerchiamo di far capire questo al cliente e, se lo desidera, alla vendita stipuliamo un contratto che prevede il nostro intervento a casa sua una volta all'anno per verificare lo stato dei serramenti e provvedere alla messa a piombo, alla lubrificazione e a quanto è necessario. Questo servizio, gratuito per il primo anno, è accolto molto bene dalla clientela perché con una spesa minima si garantisce la manutenzione degli infissi e, quindi, una loro maggiore durata in perfette condizioni.

Avete progetti nel cassetto?

Stiamo pensando all'ampliamento dello showroom e anche della nostra rete di vendita con l'inserimento di almeno un altro agente, perché abbiamo visto che attraverso di essa la nostra attività è cresciuta in modo significativo. ■