

# Selezione e collaborazione

**Asso Service: una rete che si prende cura sia dell'officina sia dell'utente finale, e che vede nella collaborazione tra tutti gli operatori indipendenti la chiave per il successo. Il direttore commerciale di Assoricambi, Diego Belmonte, ci spiega i punti chiave dell'attività del consorzio e i buoni risultati ottenuti.**

STEFANIA ANTONELLI



**U**na realtà relativamente giovane, con le idee molto chiare sugli obiettivi da raggiungere. Stiamo parlando di Asso Service, il network di officine di Assoricambi. La rete è nata e si è sviluppata seguendo il principio della selezione e della ricerca di qualità e rapporti consolidati. Nei quattro anni di attività, sotto la guida di Diego Belmonte, direttore commerciale, sia il consorzio sia la rete hanno registrato notevoli successi, anche in termini di fatturato. Ne abbiamo parlato con lui, per capire le strategie della realtà consortile e le problematiche da affrontare.



Diego Belmonte, direttore commerciale di Assoricambi.

**Asso Service è nata con la Sua direzione, circa 10 anni dopo la nascita di Assoricambi. Creare una rete di officine è stata una naturale conseguenza della creazione del consorzio o è stato frutto di una strategia?**

In realtà il Consorzio Assoricambi è stato uno dei pionieri del settore, avendo tentato circa 10 anni fa di creare la rete di officine Asso Team, un progetto che però non ha potuto svilupparsi in virtù di diversi e urgenti obiettivi che hanno capitalizzato l'interesse della compagine consortile.

Quando quattro anni fa ho assunto la direzione commerciale del Consorzio Assoricambi, tra gli obiettivi assegnatimi avevo, quale compito primario, la selezione e lo sviluppo delle attività commerciali verso i fornitori e gli associati.

A distanza di quattro anni di grande attività, il Consorzio Assoricambi ha contratti con circa 34 fornitori tutti di primo livello e gli acquisti sono passati dai 33 milioni di euro del 2003 ai circa 50 milioni del 2007.

La numerica degli associati, allora troppo sbilanciata come presenza nel centro sud Italia, oggi conta 54 società associate con circa 75 punti vendita sul territorio nazionale. Al

voglio nuove possibili adesioni.

Tra i compiti avevo inoltre quello di riprendere il progetto della rete officine, di realizzarlo e renderlo funzionale e visibile.

Dopo circa un anno di attività viene varata nel 2005 la rete Asso Service. Dapprima nasce quale mezzo di fidelizzazione tra l'associato e l'autoriparatore, successivamente si rivela un reale mezzo di sostegno al mercato autoriparativo indipendente, troppo debole per affrontare da solo le nuove sfide del mercato.

**Uno dei vostri obiettivi era concentrare il volume d'affari su un numero sempre minore di fornitori. Qual è la vostra situazione attuale? Seguite sempre questa strategia?**

Siamo sempre molto attenti nella scelta dei nostri fornitori. Anch'essi devono rispondere ai requisiti di base da noi definiti: produttori o trading di marchi importanti e di primo livello e capaci di coinvolgere tutti i nostri associati privilegiando la relazione consortile. Con alcuni esistono rapporti decennali e la collaborazione è in continuo sviluppo, con altri abbiamo definito una strategia a lungo termine che comincia a dare i primi risultati.

L'obiettivo del Consorzio Assoricambi è capitalizzare il più possibile il potenziale fatturato in acquisto del-

## I servizi offerti alle officine

La Carta Servizi Asso Service prevede:

- Formazione tecnica e commerciale – minimo tre corsi all'anno
- Assistenza tecnica telefonica
- Attrezzatura di diagnosi
- Banca dati tecnici
- Software Gestionale per preventivi e tagliandi di manutenzione
- Assistance Card
- Insegna
- Abbigliamento e personalizzazione dell'officina
- Promozioni commerciali
- Pubblicità e immagine
- Assistenza legale
- Ricambi originali o equivalenti

La rete sta inoltre ampliando la Carta Servizi con convenzioni e altri servizi aggiuntivi.

l'associato e per farlo abbiamo necessità di presentare alla compagine consortile dei fornitori credibili, propositivi in termini concorrenziali con i migliori competitor.

Stiamo inoltre completando il pannello dei fornitori consortili laddove ancora non abbiamo validi riferimenti soprattutto nel settore ricambi per carrozzeria e veicolo industriale.

**Alcune reti prevedono livelli distinti per le proprie officine e alcune recentemente hanno operato una selezione, abbandonando gli autoriparatori che non rispondevano agli standard richiesti. La tendenza favorisce la qualità delle officine, a scapito della quantità. I vostri standard quali sono? Operate una selezione iniziale che non permette l'entrata nel network alle officine non ritenute adeguate? Vi riservate di far uscire dalla rete le officine la cui qualità non soddisfa più i vostri requisiti?**

Per una immediata immagine, molti network hanno fatto l'errore di accettare officine generiche senza le dovute caratteristiche e oggi sono costretti a rivedere i propri programmi. Siamo gli ultimi nati e abbiamo dalla nostra parte le esperienze fatte da altri colleghi. Non ci è permesso sbagliare. Consapevoli dell'impe-

gno reciproco, stiamo selezionando a monte gli appartenenti alla rete Asso Service sulla base della effettiva volontà di appartenenza.

Anche se è allettante ricevere adesioni, abbiamo preferito da subito annoverare una numerica di officine con elevata professionalità, con personale qualificato, con attrezzature idonee, ma soprattutto consapevoli dell'importanza di crescere tecnicamente per poter competere e confrontarsi in una sfida onesta e tecnologica, per offrire al cliente automobilista una reale e valida alternativa alle case auto.

**Non ci sono costi di affiliazione; ma l'officina deve garantire un fatturato minimo?**

L'officina che supera l'esame di ingresso stipula ogni anno un contratto commerciale con l'associato distributore di riferimento.

Abbiamo un listino prezzi per ogni servizio offerto alla rete con un costo chiaro: l'officina che usufruisce dei servizi li paga.

È demandato all'associato l'onere di stipulare una forma di premio o di riconoscimento all'officina aderente

te al raggiungimento dell'obiettivo commerciale. Attualmente la nostra rete conta 307 officine.

**Ci sono attrezzature consigliate e/o obbligatorie che le officine devono avere per far parte del network?**

Sì, le attrezzature di base. Cioè un ponte elevatore, attrezzature di diagnosi, banche dati, assistenza tecnica telefonica, ma soprattutto la frequenza (obbligatoria) alla formazione per almeno tre corsi annui.

**Vi occupate anche del cliente finale? Con comunicazione pubblicitaria, materiale informativo che le officine distribuiscono, o condizioni particolari che portino a promozioni?**

Sì, ogni azione di comunicazione è rivolta sia all'officina sia all'automobilista. Recentemente, in accordo con l'associato di riferimento, abbiamo attivato localmente una serie di comunicazioni agli automobilisti segnalando la possibilità di rivolgersi alla rete Asso Service per i tagliandi di manutenzione ordinaria sulle auto in garanzia. Con la realizzazione delle Assistan-



ce Card, abbiamo previsto dei poster di grande impatto che, posizionati all'ingresso di ogni officina aderente, evidenziano una importante attività promozionale a favore dell'automobilista.

**Una ventina di reti nella penisola rappresentano una concorrenza non indifferente. Cosa vi contraddistingue dalle altre reti?**

Non crediamo di avere nulla di meno delle altre reti, non crediamo neppure che i veri nostri concorrenti siano le reti indipendenti, ma le case auto con i loro comportamenti. A tal proposito, recentemente abbiamo partecipato come protagonisti a una riunione nazionale indetta da Bruno Beccari, Presidente di A.D.I.R.A.. Erano presenti tutti i responsabili dei network indipendenti, e insieme abbiamo valutato l'opportunità di promuovere sotto un'unica identità una comunicazione nazionale destinata agli automobili-

## La formazione tecnica

La formazione per Asso Service è la base del network.

Il catalogo corsi si articola su sei argomenti principali:

- Elettronica /Elettrica: base line, academy line, professional line, corsi di aggiornamento
- Climatizzazione: base line, academy line, professional line, corsi di aggiornamento
- Diesel: base line, academy line, professional line, corsi di aggiornamento
- Carrozzeria: base line, academy line, professional line, corsi di aggiornamento
- Antinquinamento
- Diagnosi: prova pratica

I corsi sono diurni e si svolgono presso la sede o nelle vicinanze dell'associato Assoricambi. Ogni corso prevede quattro ore di teoria in aula e quattro ore di pratica in officina.

sti, in cui si reclamizza la professionalità delle reti indipendenti nell' eseguire i tagliandi di manutenzione programmata sulle auto di nuova immatricolazione e ancora sotto garanzia della casa auto.

**Nel caso in cui la legislazione che regola il tuning venisse modificata, dando via libera a questa pratica, la rete supporterebbe il cambiamento in qualche modo?**

L'argomento è ancora molto lontano e limitato.

Sono però convinto che, grazie agli ottimi professionisti che partecipano al network Asso Service, sapremo competere adeguatamente a ogni sfida che il mercato ci offrirà. Sono molto fiducioso negli associati Assoricambi e nel lavoro che stiamo svolgendo. Lo sviluppo della rete Asso Service è qualcosa in cui credo molto. ■