



Una base per il rilancio

I dealer standard – la forza del concessionario





Costruire un marchio necessita un lungo percorso

- Per raggiungere il successo nel nostro business, dobbiamo far crescere la nostra immagine e la nostra personalità.
- Ciascuno di voi ha raggiunto il “successo” con i propri marchi, non solo il marchio o i marchi che rappresenta, ma il proprio “marchio” aziendale.
- Ora il cambio della domanda, e l’aumento della competitività ci forzano a ripensare la nostra struttura distributiva, tenendo in conto che i concessionari sono la ricchezza principale che si ha su un mercato stagnante come quello attuale

Perché i dealer standard

- Nel settore automotive, i dealer standard, nascono principalmente per tre motivi:
 - Dare un'immagine congrua e costante della marca
 - Fidelizzare il concessionario al marchio rappresentato
 - Premiare i concessionari che meglio si adeguano allo standard proposto
- I dealer standard sono oramai una cosa ovvia nel mondo automobilistico, mentre nel campo delle macchine agricole sono utilizzati solo da poche case

Una differenza

- Nel settore automobilistico, nel settore delle vendite, il concessionario fa praticamente il 100% del fatturato con il suo marchio principale.
- Nel settore della meccanizzazione agricola un buon concessionario, fa circa il 50% del suo fatturato vendite con il marchio principale.
- Allora quale immagine e quale standard?

Gli standard UNACMA

- Sono gli standard dei concessionari per i concessionari.
- Non possiamo prescindere dal fatto di avere delle regole e dei livelli a cui adeguarci.
- Il settore della meccanizzazione agricola deve essere un settore in linea con il mondo automotive, seppur mantenendo e in certi casi addirittura enfatizzando le proprie peculiarità.
- Ecco perché I CONCESSIONARI DEVONO DARSİ DEGLI STANDARD.



Uno stato di base

- Serve la definizione di uno stato ideale di concessionario di macchine agricole
- Uno stato che va al di là, integra e completa gli standard dati dalle case costruttrici
- Uno stato che sia un punto di forza riconosciuto e su cui tutti gli attori del sistema si possano riconoscere e confrontare.
- Uno stato che rappresenti il punto di partenza di coloro che vogliono essere concessionari anche nel prossimo futuro

Il problema

- Molti concessionari ricercano un confronto per capire lo stato della loro Azienda in rapporto al mercato, ai colleghi / concorrenti ed ai fornitori
- Molte Aziende hanno raggiunto una dimensione critica che richiede nuovi strumenti di analisi e di gestione
- Le nuove generazioni di imprenditori richiedono metodi più professionali di gestione aziendale
- I costruttori di riferimento investono sempre meno nello sviluppo e formazione dei loro concessionari
- Non esistono società di consulenza / formazione specializzate nel settore



UNACMA per i concessionari

- Ecco perché UNACMA ha voluto far partire questa iniziativa
- Un'iniziativa rivolta a tutti i concessionari di macchine agricole non solo agli associati
- Un'iniziativa che mira ad essere uno strumento di confronto tra concessionari, clienti e fornitori, per individuare la giusta strada per lo sviluppo.
- Un'iniziativa costruita insieme tra i concessionari e un pool di esperti del settore





Un processo comune

- Per sviluppare standard che siano riconosciuti e accettati da tutti, non è possibile lavorare in isolamento o per competenze specifiche, ma è necessario un vero team-work tra tutti gli attori.
- Oggi dobbiamo comprendere insieme in che direzione vogliamo dirigere quest'attività.

La soluzione

- Definire una base di partenza che qualifichi il concessionario
- Qualificare Unacma Service come fornitrice di servizi di consulenza e formazione per lo sviluppo dei suoi associati, in primis ma anche del settore in generale
- Creare una struttura centrale di coordinamento molto leggera che si occupi di consulenza, formazione e statistica
- Attrarre e utilizzare professionalità del settore per le attività di consulenza e formazione.



La base di partenza



Cosa misurano i costruttori

- Principalmente i costruttori di macchine agricole misurano:
 - Soddisfazione e lealtà del cliente
 - Business Management
 - Indici finanziari
 - Risultati di vendita
 - Le strutture e la loro identificazione di marchio
 - Vendita e organizzazione dei ricambi
 - L'assistenza tecnica

Come misurano i costruttori

- Il focus dei costruttori è principalmente sul rispetto delle linee guida per l'identificazione e la promozione del marchio.
- I costruttori misurano altresì la coerenza del concessionario con le linee di sviluppo e crescita economica elaborate dalla società, e le strategie commerciali applicate.
- In senso generale, la visione e la misurazione dei costruttori è corretta ma...
- Il concessionario di macchine agricole non vende solo "le grandi macchine"...

Quindi?

- UNACMA propone una valutazione basata sulla possibilità della concessionaria nel suo insieme di essere attiva, concorrenziale e presente sul mercato ora come in un futuro.
- UNACMA propone di valutare i rapporti col costruttore, ma anche i rapporti col cliente, visti in un ottica di soddisfazione e loyalty, non solo per un marchio, ma nell'interesse del business.

Alcuni punti chiave

- Capacità del concessionario di sopravvivere al marchio
 - Valutare la relazione con la clientela
 - Valutare l'immagine del concessionario sul suo territorio di riferimento
 - Servizio
 - Prezzo
 - Parco clienti
 - Valutazione della professionalità della forza vendita
 - Portfolio clienti e sua segmentazione

Alcuni punti chiave

- La perennità dell' azienda
 - Piani di successione
 - Formazione delle persone destinate a “succeedere”
 - Percorsi di carriera all'interno della società
 - Disponibilità di professionalità sul territorio
- Usato
 - Business o transfer – esiste in azienda una chiara politica?

Aree di analisi e intervento

- Amministrazione e finanza
- Personale, Organizzazione e Sist. Inform.
- Strutture, impianti e mezzi di produzione
- Modello di gestione e aspetti legali
- Marketing e Comunicazione
- Vendite
- Ricambi
- Service



Gli interventi

- Interni, autonomi, ad opera del titolare
- Esterni, con supporto di specialisti
- La visita a un dealer “campione”
- Il corso specialistico
- Il supporto del Costruttore di riferimento nel piano di sviluppo

Verifica dei risultati

- Valutazione dell'efficacia di ogni intervento effettuato
- Sinergie, discrasie e conflitti sviluppati dai vari interventi e possibili correzioni
- L' impatto globale sull' attività aziendale
- Stabilizzare e digerire il processo