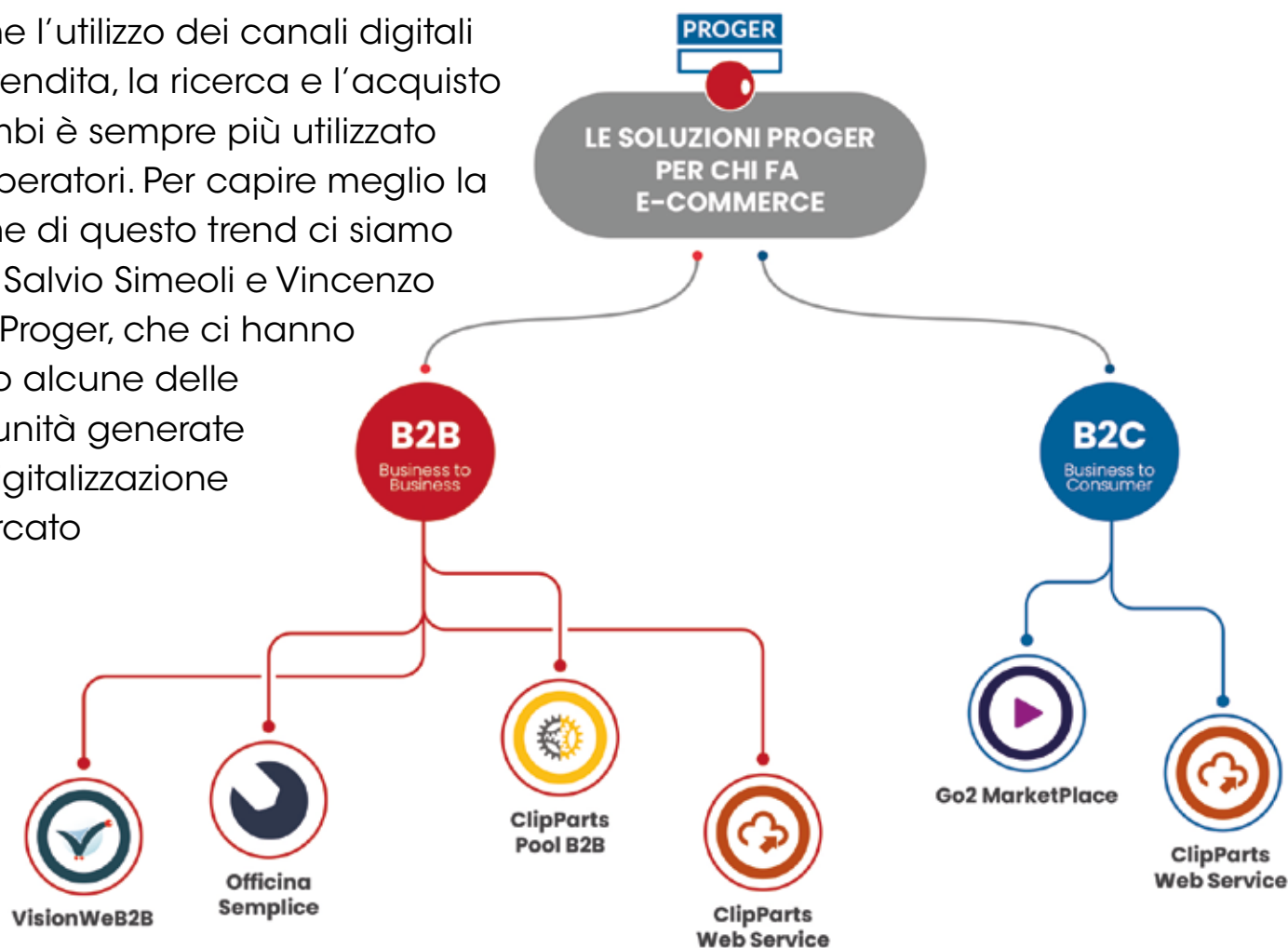


# RICAMBIO a portata di click

Si sa che l'utilizzo dei canali digitali per la vendita, la ricerca e l'acquisto di ricambi è sempre più utilizzato dagli operatori. Per capire meglio la direzione di questo trend ci siamo rivolti a Salvio Simeoli e Vincenzo Novi di Proger, che ci hanno illustrato alcune delle opportunità generate dalla digitalizzazione del mercato



a cura  
della Redazione

Il processo di digitalizzazione è in atto da diversi anni nella nostra società, ed è un fenomeno ormai consolidato anche nella filiera aftermarket. In un primo momento ha coinvolto produttori e distributori; a cascata, più recentemente, anche ricambisti ed officine. D'altronde, gli strumenti digitali ormai impattano ogni aspetto della catena del valore. Pur essendo a portata di tutti, per sfruttare strategicamente le opportunità informatiche sono necessarie competenze specifiche. Proger si occupa proprio di accompagnare le aziende dell'IAM nel loro percorso di digitalizzazione, cucendo su misura di ciascuna di esse una serie di soluzioni che rispondono ai loro bisogni. Insieme a Vincenzo Novi, Direttore Marketing Proger, e a Salvio Simeoli, Direttore Commerciale Proger, abbiamo discusso delle possibilità digitali che

le aziende possono cogliere per ottimizzare alcuni dei loro processi fondamentali.

**In questa fase di digitalizzazione del nostro mercato, in che modo le aziende di distribuzione ricambi oggi gestiscono la fase della vendita?**

**Vincenzo Novi** - Da sempre, il processo di vendita di ricambi si basa sullo sforzo del fornitore di generare un'offerta interessante, instaurare un rapporto di fiducia col cliente e dare seguito a quanto offerto con un servizio adeguato. Se già da anni l'e-commerce è diventato parte importantissima del mercato, dal 2020 le dinamiche create a seguito dei lockdown da Covid hanno messo tutto il mondo di fronte alla necessità imprescindibile di accedere a distanza ad informazioni, prodotti e servizi. Non è un caso, dunque, che siano comparsi sul mercato italiano nuovi



Da sinistra Salvio Simeoli, Direttore Commerciale, e Vincenzo Novi, Direttore Marketing

operatori - anche stranieri - in grado di erodere importanti fette di mercato agli operatori storici utilizzando modelli di business innovativi (indirizzati sia ai ricambisti che alle officine).

**Salvio Simeoli** - Oggi tutti gli operatori della filiera sono consapevoli della possibilità di accedere online alle informazioni sui prodotti disponibili presso il proprio fornitore di fiducia, per procedere istantaneamente ad un ordine o anche solo ad una richiesta di preventivo. Ne deriva per ogni rivenditore di ricambi la necessità di attrezzarsi con gli strumenti più adatti alle caratteristiche del proprio cliente: sia esso un rivenditore al dettaglio o un'officina. Sembra un dato assodato, eppure ancora oggi tantissimi distributori offrono al mercato soluzioni e-commerce antiquate e non adeguate alle esigenze del cliente contemporaneo, e altrettanti ricambisti attendono ancora che i propri clienti telefonino o si rechino fisicamente presso il punto vendita.

**Non tutti i clienti sono uguali, e ogni azienda è alla ricerca delle soluzioni più adatte ai propri bisogni. Quali soluzioni Proger ha sviluppato per facilitare il rapporto fornitore-cliente?**

**Vincenzo Novi** - La tua premessa è fondamentale: non tutti i clienti sono uguali! E per chi vende ricambi è fondamentale modulare la propria offerta sulle caratteristiche di segmenti ben specifici. Questo non solo dal punto di vista dei prodotti e dei servizi, ma anche da quello dei processi di vendita: è fondamentale offrire canali differenti per consentire le più varie esperienze di acquisto.

**Salvio Simeoli** - Proger ha compreso la necessità di supportare i canali di vendita delle azien-





de di distribuzione, all'ingrosso e al dettaglio, offrendo loro prodotti e servizi differenti a seconda delle caratteristiche del proprio target. Tra le soluzioni Proger, infatti, possiamo individuare e-commerce B2B e B2C per la vendita online di ricambi con specifiche verticalizzazioni per ognuno di questi indirizzi.

**Concentriamoci sulla vendita digitale nel B2B. Come può il ricambista rispondere in modo efficace alle diverse esigenze di professionisti ed aziende?**

**Salvio Simeoli** - Proger sta introducendo sul mercato la sua ultima versione del suo e-commerce B2B, personalizzabile con caratteristiche differenti per la vendita all'ingrosso e al dettaglio. Per i distributori è importante utilizzare uno strumento flessibile, in grado di soddisfare le esigenze del ricambista e quindi ricevere grosse quantità di ordini tramite carrello rapido o file, anche di dimensioni molto importanti, evitando qualsiasi blocco. Ma è importante anche prepararsi a lavorare direttamente con le officine, aggiungendo quelle funzionalità che spesso fanno il successo dei ricambisti, come l'individuazione dei ricambi partendo dalla targa. È inoltre indispensabile prevedere un sistema automatico che consenta di ripetere gli ordini, per supportare i clienti nel gestire la propria scorta minima. Senza dimenticare gli agenti che diventano sempre più consulenti attraverso le informazioni sul cliente accessibili dal portale B2B.

A loro volta per i rivenditori al dettaglio è fondamentale consentire la ricerca del ricambio partendo dalla vettura. In questo, Proger aiuta offrendo l'unico e-commerce che consente la ricerca integrata di targa (per aumentare la velocità) e telaio/VIN completo (per la massima precisione), servizi corredati da esplosi grafici di grande qualità. Allo stesso modo è fondamentale espandere il proprio magazzino, includendo anche le disponibilità dei propri fornitori più importanti, permettendo così ai clienti di trovare sempre ciò di cui hanno bisogno. Ciò è possibile attraverso le integrazioni di filiera che Proger rende disponibili con il progetto Proger Ready.

**Vincenzo Novi** - Il rapporto ricambista/cliente però non può fermarsi al solo shop online, perché spesso le piccole officine vogliono strumenti agili e poco impegnativi per ricevere preventivi da trasformare in ordine. Da qui l'utilizzo intensivo di strumenti di messaggistica istantanea per chiedere preventivi ai propri fornitori. Ne deriva la difficoltà per il ricambista di seguire le proposte inviate e conoscere la percentuale di vendita rispetto ai preventivi prodotti. È per questo che Proger ha dato vita a Officina Semplice, una innovativa mobile app che consente all'officina di chiedere un preventivo inviandolo direttamente al gestionale del ricambista che, a sua volta, dallo stesso gestionale invierà il preventivo sullo smartphone dell'officina in attesa della sua accettazione.



**Abbiamo parlato di vendite B2B, ma il successo di un business dipende anche da molti altri fattori. A livello gestionale, cosa può fare un ricambista per aumentare i ricavi?**

**Vincenzo Novi** - Nel corso della sua storia ventennale, Proger ha avuto modo di accompagnare molte aziende di grande rilievo nazionale nello sviluppo del proprio business. Questo ha implicato l'elaborazione di soluzioni che riuscissero ad avere un impatto positivo in ogni area della catena del valore, per realtà di distribuzione ricambi all'ingrosso e al dettaglio.

**Salvio Simeoli** - Lo abbiamo fatto prima di tutto con il software gestionale Vision, un ERP con un insieme sterminato di funzionalità, cui abbiamo affiancato soluzioni per ogni esigenza: il catalogo ricambi ClipParts e la sua versione web service per e-commerce B2C; la mobile app Proger Logistica Mobile per la gestione agile del magazzino; la Business Intelligence dei ricambi auto Proger Bi; Go2Marketplace per l'interfaciamento ai marketplace più importanti come eBay; il cloud computing; la comunicazione e tanto altro. Lo facciamo tutti i giorni seguendo la Mission che Proger si è data: se un professionista dei ricambi ha un'esigenza deve sapere che Proger ha la soluzione per lui.

«NEL CORSO DELLA SUA STORIA VENTENNALE, PROGER HA AVUTO MODO DI ACCOMPAGNARE MOLTE AZIENDE DI GRANDE RILIEVO NAZIONALE NELLO SVILUPPO DEL PROPRIO BUSINESS. QUESTO HA IMPLICATO L'ELABORAZIONE DI SOLUZIONI CHE RIUSCISSE AD AVERE UN IMPATTO POSITIVO IN OGNI AREA DELLA CATENA DEL VALORE, PER REALTÀ DI DISTRIBUZIONE RICAMBI ALL'INGROSSO E AL DETTAGLIO»