

Il prodotto si vende con l'organizzazione

LATERCOM



DAVIDE POZZOBON,
responsabile
commerciale

Non solo prodotti ad alto contenuto prestazionale, ma anche un'organizzazione più attenta e capillare a promuovere la gamma a tutti i protagonisti della filiera delle costruzioni. Grazie a questa strategia l'azienda di Soncino (Cr) sta rafforzando la propria posizione sul mercato.



La sede di Latercom a Soncino (Cr)

Realizzare prodotti ad elevata prestazione è un requisito fondamentale per stare sul mercato. Ma non è l'unico, perché la qualità del prodotto deve essere percepita, compresa dall'utente finale, e dalle imprese edili. Latercom aveva ridisegnato la propria rete commerciale molto prima che scoppiasse la crisi economica, e questa strategia le ha consentito di continuare a essere un player di riferimento del mercato. Ne parliamo con Davide Pozzobon, responsabile commerciale Latercom.

Che vantaggi ha portato investire, in tempi non sospetti, su una nuova organizzazione commerciale?



I blocchi in laterizio porizzato, Termokappa

«Il vantaggio è quello di avere **gestito** la caduta libera delle **vendite** del prodotto tradizionale, con un incremento significativo di vendite del prodotto prestazionale, quello ad alto valore aggiunto. Per fare questo la rete vendita, prima abituata a lavorare solo attraverso il contatto dei tradizionali **distributori edili**, oggi sta collaborando sia con il **progettista** che con l'**impresa edile**. Contattiamo tutta la filiera della catena. Ne trae **vantaggio** anche la **impresa della distribuzione edile**, che si trova il lavoro praticamente già fatto dal punto di vista promozionale, e può svolgere davvero un ruolo di mediazione, segnalandoci le imprese ed i progettisti da affiancare.

Questo ci sta permettendo di affrontare la crisi meglio degli altri. Da un punto di vista organizzativo abbiamo inserito nuove figure, che si dedicano esclusivamente alla **promozione tecnica**. Partecipiamo alle più importanti fiere di settore, promuoviamo convegni,

openhouse all'interno delle rivendite e presso la nostra sala prove, dove attraverso delle dimostrazioni, spieghiamo le fasi applicative dei prodotti. È **cambiato l'approccio con i clienti**. Facciamo toccare con mano i prodotti».

Avete in programma una ulteriore evoluzione organizzativa?

«Sulla scia dei risultati positivi il prossimo step sarà quello di **inserire ulteriori risorse nel reparto tecnico**, per rafforzare i contatti con gli studi tecnici e l'assistenza in cantiere».

Nella soddisfazione del cliente quali sono i vostri punti di forza?

«Senza dubbio l'assistenza che attraverso il nostro personale specializzato forniamo direttamente in cantiere. Stare vicino ai nostri clienti nel momento cruciale, quando si utilizzano prodotti nuovi, è senza dubbio fondamentale. Siamo una struttura commerciale con i prodotti in laterizio più innovativi, che soddisfano tutta la filiera edile».

© RIPRODUZIONE RISERVATA