

## analisi

di MARCO PERONA  
Università di Brescia e Asap Smf



# IL POSTVENDITA CI SALVERÀ

■ L'esercito del postvendita: piccoli operatori crescono. Sono tanti: le ultime stime nazionali parlano di circa 32 mila imprese. E sono piccoli: in media tre addetti per impresa. Sono gli operatori del postvendita, attivi nella distribuzione di ricambi, nell'installazione e riparazione di: automobili, apparecchi domestici, condizionatori, caldaie, telefoni, computer e altre apparecchiature di utilizzo quotidiano.

In 100 si sono ritrovati sabato 7 giugno presso l'Università di Brescia al primo convegno nazionale per gli operatori del postvendita organizzato da Asap Smf per discutere le principali problematiche e opportunità di questo settore, cercando anche di confrontare le esperienze più avanzate dei diversi comparti. Tema centrale: quali percorsi per evolvere da operatore del postvendita a imprenditore.

Michele Pasinetti dell'Università di Brescia anticipa che la chiave di volta è la crescita delle imprese, che - dati alla mano - garantisce economie di scala, efficienza ed efficacia, ma anche aumento delle competenze tecniche e manageriali. Gian Maria Rizzi di Confartigianato, Guido Pesaro di Cna e Valerio Dabove di Assisital sottolineano la possibilità di formare consorzi tra operatori per condividere attività e risorse quali, per esempio, il magazzino ricambi, il contact center oppure l'amministrazione. I casi aziendali presentati da Volvo Truck e Baretta Caldaie illustrano con efficacia questi concetti. Ma occorre anche crescere nelle competenze, investendo in figure qualificate anche sotto il profilo organizzativo e gestionale. Caso emblematico è quello della Ata Service di Verona, un centro di assistenza tecnica che ha recentemente assunto un giovane lau-

reato impiegandolo come responsabile amministrativo. Mario Del Campo del consorzio Fil e Claudio Agosti di Acatec sostengono anche la necessità di percorsi formativi volti alla valorizzazione della figura professionale dell'addetto all'assistenza postvendita, profilo dalle competenze ben definite a prescindere dal settore in cui opera. In questo senso il progetto Asap Smf viene definito una felice singolarità nel panorama nazionale.

Ulteriore direzione fondamentale di crescita è quella delle relazioni con gli altri soggetti della filiera del postvendita. Collaborare con i produttori di beni finali e componenti, con gli operatori della distribuzione e vendita e con i service provider può da una parte offrire opportunità di allargamento del giro d'affari, come illustrato da Enrico Rubiero di Installo e da Paolo Bellocci di Arval, e dall'altra consentire di ridurre i costi e migliorare il livello di servizio, come nel caso presentato da Cristiano Zambarbieri di Rhiag.

In chiusura, Andrea Bacchetti dell'Università di Brescia conferma con i numeri i punti chiave sopra delineati, sintetizzando gli elementi di forza degli operatori più competitivi: le dimensioni, grazie alle quali ottenere economie di scala e sviluppare competenze nuove; l'offerta di servizi aggiuntivi accanto alle tradizionali attività di installazione e riparazione, possibile appunto avvalendosi delle accresciute competenze; la capacità di tenere sotto controllo l'efficienza e l'efficacia anche economica dei propri processi e di pianificare le attività operative, anche facendo leva su un utilizzo evoluto degli strumenti informatici.

[www.progettoasap.org](http://www.progettoasap.org)

### LA NOTIZIA

Le stime dicono che sono circa 32 mila le imprese che operano in Italia nelle attività di postvendita (ricambi, installazione e riparazione). Le dimensioni medie di queste imprese sono estremamente ridotte: soltanto tre addetti.



Attività di manutenzione di Volvo Truck.