

Il dettaglio tradizionale può competere sulla GDS riuscendo a gestire positivamente il rapporto diretto col cliente, anche grazie all'offerta di servizi flessibili e articolati.



L'offerta di NOLEGGIO nella ferramenta



▲ **Pier Angelo Cantù** collaboratore TradeLab e coordinatore di Rental Network direzione@rentalnetwork.it.

“ Il noleggio si è affermato dapprima nel Nord del mondo, più attento ai valori della redditività e del ritorno sul capitale investito, piuttosto che a quello della proprietà ”

Nel decennio scorso, la distribuzione tradizionale si è trovata assediata dallo sviluppo di una grande distribuzione che le ha scatenato una competizione spietata sul fronte dei prezzi. Passato l'uragano, i negozi specializzati possono tornare a prendersi qualche rivincita, purché supportata da precise strategie. Il punto di forza di queste strategie è saper gestire in modo profittevole la relazione di cliente. Chi se la gioca nell'ultimo tratto, cioè nel rapporto diretto col cliente, possiede oggi il vero vantaggio competitivo. Il titolare di una ferramenta, al contrario del grande magazzino, può captare più rapidamente segnali deboli e forti su nuove tendenze, su prodotti particolari che possono essere richiesti, su segmenti di clientela nuovi e particolarmente interessanti. Può utilizzare le informazioni per costruire un'offerta flessibile e articolata, aprendo la strada a vere e

proprie aree di partnership con vantaggi e redditività per entrambi.

È il caso del noleggio generalista di piccole attrezzature, che offre a noleggio in modo trasversale prodotti diversi a utilizzatori di vario tipo.

Il noleggio si è affermato dapprima nel Nord del mondo, più attento ai valori della redditività e del ritorno sul capitale investito, piuttosto che a quello della proprietà: il caso più eclatante di offerta generalista è della francese Kiloutou, dove è possibile noleggiare, anche a ore, tutte le tipologie di attrezzatura più disparate, attraverso una rete capillare che copre l'intero territorio. Ora anche in Italia il noleggio vede lentamente affermarsi realtà imprenditoriali più grandi e strutturate. A fianco di esse, proprio per la sua natura locale,

anche la distribuzione tradizionale può inserire il noleggio di piccoli attrezzi, sfruttando appunto l'opportunità della relazione con il cliente.

Per arrivare a capire i punti forti del noleggio, occorre per prima cosa domandarsi quali sono le leve che possono **generare un reciproco vantaggio** che, come vedremo, per il cliente soprattutto è un ribaltamento della semplice valutazione di costo (tema forte dell'acquisto), a favore di un più ampio spettro di vantaggi tecnici ma anche economici.

Lo stimolo alla domanda parte da un'**organizzazione determinata dell'offerta**. Il successo di qualsiasi attività non può prescindere dalla definizione di una precisa strategia. Come non ci si improvvisa ferramentisti (e spesso la grande dis-



“ Un ruolo fondamentale è giocato dal tariffario: deve essere chiaro e trasparente, ben costruito, e mai oggetto di trattative o sconti. ”

tribuzione ne è involontaria testimone), così, nella medesima struttura, non ci si può improvvisare noleggiatori. Per fare un esempio, al contrario di ciò che succede nella vendita, nel noleggio il margine reddituale non è di immediata percezione, e il puro dato di fatturato è di per sé insignificante. La definizione della struttura di offerta, l'organizzazione operativa, il reperimento delle risorse finanziarie, la scelta del per-

sonale, sono le problematiche da affrontare in partenza. A queste si aggiungono temi più specifici riferiti al noleggio: la costituzione di un giusto parco attrezzi iniziale (rispetto alla clientela a cui lo si desidera proporre), la formazione del personale, la gestione dei contratti, l'organizzazione dei servizi pre e post noleggio e, non ultimo, la comunicazione efficace della nuova attività. Da non tralasciare poi, in fase di iniziativa già avviata, il con-

trollo di gestione e lo sviluppo del servizio. **Il noleggio quindi è da considerarsi un segmento a parte a tutti gli effetti**, anche se generato all'interno di una struttura già consolidata come la ferramenta.

La ferramenta è di per sé un luogo naturale dove convergono le necessità tipiche di professionisti, artigiani o piccole imprese, riferite naturalmente all'approvvigionamento dei materiali o all'abitudine ad acquistare, in questa particolare struttura, l'attrezzatura medio-piccola che serve all'impresa. Dopo aver definito la clientela che si vuole raggiungere o sviluppare





In OBI si sperimenta il NOLEGGIO

A Mestre nel 41° Punto vendita italiano di OBI inaugurato a giugno, un colosso di 7.200 mq che diventa così il primo della rete per superficie e profondità dell'assortimento proposto, si sperimentano nuovi servizi per il consumatore. Si spazia dal taglio legno gratuito alla progettazione degli impianti d'irrigazione, dal sistema tintometrico dove è possibile far personalizzare gratuitamente le tinte nelle tonalità desiderate, all'offerta di tessuti, linoleum e moquette, in vendita al metro. Ma la vera novità nei servizi offerti ai propri clienti è rappresentata dal noleggio delle macchine, introdotto per la prima volta in questo Centro in via sperimentale. Da OBI il cliente ha la possibilità di noleggiare grandi macchine per la manutenzione, l'edilizia, la pulizia e il giardinaggio, dietro pagamento di una cauzione che varia in base alla tipologia della macchina scelta. E se dopo aver noleggiato la macchina, si decide di acquistarne una nuova dello stesso modello, al cliente verrà scontata la giornata di noleggio effettuata per provare la macchina.

col nuovo servizio, occorre scegliere quante risorse e quanto spazio fisico dedicare al noleggio: qui è il rapporto tra capacità della struttura e potenzialità della domanda a guidare la scelta.

Dopodiché entra in gioco la scelta delle attrezzature da offrire a noleggio, che deve prevedere, fin da subito, la minima quantità indispensabile associata alla massima qualità possibile, monitorando costantemente i riscontri ottenuti dalla domanda, sia palesi sia latenti. Ma anche la scelta dei servizi accessori con cui completare l'offerta e quindi le aree di redditività.

Un ruolo fondamentale è giocato dal tariffario: deve essere **chiaro e trasparente, ben costruito, e mai oggetto di trattative o sconti**. Ruoli altresì importanti sono giocati dalla valutazione della clientela, in relazione ad esempio all'opportunità di evitare la cauzione, uno degli aspetti delicati nella logica di rapporto col cliente.

Le tariffe devono prevedere una giusta redditività attesa sul prodotto (le attrezzature nella fattispecie possono arrivare a un ROI del 180%), coprire le spese fisse di struttura ed essere adeguate ai valori di mercato. Nel caso di una ferramenta con clientela consolidata, si potrà sfruttare la fidelizzazione del cliente; quindi i canoni non necessariamente saranno inferiori, anche in fase di avvio, a quelli praticati da noleggiatori puri per la medesima tipologia di attrezzatura.

Il segmento della piccola attrezzatura

deve comprendere attrezzi di qualità assoluta, proprio quelli che il cliente non acquista perché troppo costosi, ma che è disposto a utilizzare temporaneamente. Per questo, al termine della vita attiva del bene nel parco attrezzi, non si punta a

ottenere un ulteriore guadagno dalla vendita dell'attrezzo usato; meglio piuttosto allungare al massimo possibile la sua permanenza nel parco noleggio, mai comunque a scapito della piena efficienza delle attrezzature offerte.

Trade
Lab

Trade Lab si occupa di analisi/ricerche di mercato a valore aggiunto, consulenza direzionale e affiancamento manageriale nelle aree marketing, commerciale e trade marketing alle imprese di produzione, di distribuzione e alle istituzioni pubbliche. Oggi TradeLab è una società costituita da oltre 40 professionisti con una forte identità specialistica costantemente aggiornata grazie al diretto contatto con il mondo accademico e aziendale.

CORRENTE
ALTERNATA

Variatore
di velocità

Indicatore luminoso
di carico, protegge
contro il sovraccarico

Interruttore per tiro
e rilascio (cambio
di direzione)

PULLZALL IL PRIMO VERRICELLO ELETTRICO PORTATILE

Inserite la spina di PullzAll e lasciate che vi sia di ausilio per affrontare gli abituali lavori di intensa fatica come **muovere macchinari pesanti, sollevare un blocco motore, ecc.. PullzAll solleva o tira un peso nella posizione voluta poi lo blocca mantenendola saldamente!**

Capacità max di tiro	454 Kg
Interruttore	avanti/indietro
Velocità	velocità variabili
Potenza	AC 230V
Limitatore di carico	Elettronico, con LED
Frizione	Nessuno
Freno	Dinamico
Garanzia	2 anni
Cavo metallico	Ø 5,5 mm lung. 4,7 m
Peso	6,8 Kg



www.legmotivaweb.com

4TECHNIQUE srl - 41100 Modena - via Germania, 19/21 - Tel. 059 451661 - www.4technique.it