



**RICERCA
 PRODOTTO**

CERCA

**ISCRIVITI
 alla Newsletter**

**REGISTRATI
 al nostro portale**


Venerdì 22 Maggio 2015

Davide vs Golia. Chi è Davide? Chi è Golia?



“Davide Vs Golia. Chi è Davide? Chi è Golia? Store specializzati e grande distribuzione organizzata nel panorama della multicanalità”. È questo il titolo dell'incontro organizzato l'11 giugno da Sercomated per approfondire un tema diventato, ormai, importante per il settore edile: quello del confronto tra due attori del mercato trovatisi a convivere tra rivalità e difficoltà comuni. **Ne parliamo con il presidente Sercomated Luca Berardo.**

Cos'è cambiato dall'arrivo della GDO, in Italia?

L'entrata nel mercato degli attori della GDO ha imposto alla distribuzione tradizionale un cambio di passo oltre che la presa di coscienza che il mondo stava irrimediabilmente cambiando. La presenza di un soggetto così capace di utilizzare le leve della comunicazione e così attento alla presentazione dei propri spazi di vendita, solo per citare i due aspetti più evidenti, ha comportato una maggiore attenzione anche da parte della distribuzione tradizionale al marketing ed all'immagine orientati forse per la prima volta verso l'utente finale.

Che rapporto c'è tra queste due realtà di mercato?

Si tratta di un confronto/scontro continuo. Alle volte su basi strategiche ed intellettualmente evolute altre volte solo su azioni di guerriglia partigiana che non sono in grado di portare mai a nulla di buono. La GDO ha sicuramente approfittato di un sistema economico capillare, ma disomogeneo e disunito ed ha fatto sicuramente molto rumore grazie ad un approccio di marketing molto spinto. Ha puntato su l'immagine di centri grandi, sempre forniti ed accoglienti. La distribuzione tradizionale deve quindi evolvere il proprio modello di business alla luce del mercato edile di domani che sarà della ristrutturazione e che vedrà quindi la componente di servizio e di consulenza prendere sempre più piede. Questa differenziazione corrisponderà quindi a due tipologie di clientela diverse che sapranno quindi chiaramente scegliere l'interlocutore giusto per la giusta esigenza.

In Europa è diverso?

Generalmente il mercato della distribuzione di materiali edili in Europa è più evoluto perché ha vissuto temporalmente prima i cambiamenti che ci troviamo ad affrontare oggi. In Francia così come in Germania GDO e distribuzione specializzata sono due attori del mercato che si rivolgono a pubblici con esigenze diverse. Anche in Italia stiamo cercando di evolvere in questa direzione.

Nello specifico, cosa deve fare la distribuzione specializzata per migliorarsi?

Rifarsi l'immagine. Comunicare bene, costantemente e a dei target ben identificati. Ragionare per tematiche e per soluzioni di prodotti non per singole referenze. Non deve tralasciare l'installazione dei prodotti e deve ragionare inoltre in termini di sostenibilità anche finanziaria al fine di rendere possibile il realizzarsi delle esigenze della propria clientela come ad esempio offrire la possibilità di finanziare la ristrutturazione di una casa, di un appartamento o anche solo di un bagno.

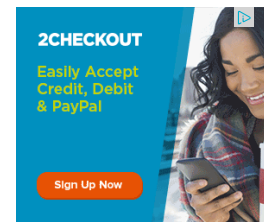
Su cos'altro si deve puntare, secondo lei?

Occorre puntare anche ad una nuova stagione di aggregazione. Questa volta non condotta più solo su basi di opportunismo/opportunità commerciale, ma su basi societarie. Solo attraverso una crescita dimensionale che non vada a frustrare gli slanci imprenditoriali dei distributori, ma che anzi sia capace di enfatizzarli riusciremo a raggiungere un mercato più razionale e più capace di rispondere alle esigenze e realizzative e costruttive dei consumatori finali e dei progettisti nel prossimo futuro.

Si parlerà di tutto questo al convegno dell'11 giugno?

Nei nostri intenti c'è quello di fare del Convegno Nazionale di Sercomated un momento di stimolo per la distribuzione. Cercheremo di parlare al cuore ed al cervello e cercheremo soprattutto di essere da motori del cambiamento stimolando l'intelligenza creativa dei nostri imprenditori. Nell'edizione 2015 parleremo quindi di strategia, di finanza, di patrimoni immobiliari da riqualificare e di distribuzione selettiva.

L'evento è gratuito, gli speaker sono di prestigio ma i posti limitati. Se vuoi essere presente, per ascoltare o dire la tua, conferma oggi stesso la tua partecipazione.



Everywhere, people are searching for a business like yours.