

» COME GARANTIRE AL CLIENTE UN SERVIZIO DI QUALITÀ



L'UNIONE FA LA FORZA!

Lariolux da quasi **sessant'anni** offre un **elevato livello di servizio** alla propria **clientela**.
Alla base il lavoro di tutto il **suo team**

LARIOLUX è un'azienda storica del comasco. Fondata da Celestino Gervasoni nel 1961 come specialista di ricambi elettrici, nel 1994 si trasferisce nell'attuale sede di Como dove, insieme al Concessionario Bosch D.E.C.A., inizia a commercializzare anche i ricambi meccanici e l'attrezzatura per officina. Attualmente Lariolux, insieme alla D.E.C.A., alla R.A.B. di Cavernago e alla neonata D.R.B. di Lecco opera in modo sinergico per servire officine e ricambisti nelle provincie di Como, Sondrio, Lecco, Varese e Bergamo. Per offrire

ai clienti un servizio a 360 gradi nel 2000 è stata costituita, sempre all'interno dello stesso gruppo, l'A.T.F.A. una società dedita esclusivamente alla formazione, all'assistenza tecnica e all'installazione di attrezzature. 60 collaboratori, 11 venditori esterni, 6 magazzini con più di 8.000 metri quadri totali, 200.000 articoli a stock e un servizio di consegne capillare che va dalle 2 alle 4 volte al giorno; questi sono i numeri che fanno del gruppo Deca uno degli operatori di riferimento del settore aftermarket locale. Abbiamo incontrato Fabrizio Musitelli, uno dei soci titolari

della gruppo Deca e amministratore della Lariolux.

Come vede il futuro dell'officina?

In Italia gli autoriparatori indipendenti, nonostante la crisi generale degli ultimi anni, seppur a fasi alterne, godono ancora di buona salute ovvero sono riusciti a mantenere le loro quote di mercato. Questo sia per l'aumento della vita media del parco circolante che ad oggi con 9,5 anni di media è il più vecchio di sempre, sia perché il divario tra il costo delle riparazioni nelle officine generiche e quello

nelle officine autorizzate è sempre molto elevato favorendo quindi la scelta delle prime da parte degli automobilisti, una volta terminato il periodo di garanzia della vettura.

Nel mercato dell'autoriparazione sicuramente l'officina indipendente c'è oggi e ci sarà anche domani, ma l'officina di domani sarà un'officina decisamente diversa. Solo quelle realtà che sapranno rispondere ai rapidi cambiamenti in atto nel settore dell'automotive riusciranno a conservare e sviluppare il loro business. Telematica di bordo, veicoli

ibridi ed elettrici e fra qualche anno la guida autonoma sono le difficili sfide che gli autoriparatori dovranno saper affrontare.

Se si dovesse calare nel ruolo dell'autoriparatore, cosa farebbe per fidelizzare il cliente? Come si dovrebbe "attrezzare" o comportare?

Io sono un fornitore per le officine, ma sono anche un automobilista che, come tutti, al bisogno si reca in officina. Oggi il cliente lo puoi fidelizzare solo con la competenza, la trasparenza e la correttezza. Questo vale per tutti i settori. I consu-



Fabrizio Musitelli



Open Day Lariolux 2015

matori, e quindi anche gli automobilisti, sono sempre più informati e sempre più spesso si recano in officina con un'idea ben precisa della spesa che li aspetta. Il web in questo li aiuta tantissimo. Se fossi un autoriparatore cercherei di valorizzare di più la mia professionalità ovvero la mia capacità di diagnosticare un problema e di risolverlo. Questo è un costo che l'automobilista difficilmente può contestare, mentre il prezzo dei ricambi è spesso motivo di malcontento. Lo dimostra l'aumento del numero di privati che si reca in officina "con i ricambi in mano" acquistati direttamente, magari da qualche sito internet specializzato. L'Italia ha la tariffa media di manodopera più bassa fra i principali mercati europei. E' sicuramente difficile alzarla, ma sarà inevitabile. La professionalità alla fine vince sempre.

Nella vostra attività sono importanti i rapporti con i fornitori? Com'è la collaborazione con un marchio importante come USAG?

I rapporti con i fornitori sono fondamentali, quasi come quelli con i clienti. In un mercato sempre più globale come quello di oggi è molto più facile cambiare e sostituire un fornitore rispetto al passato, noi però cerchiamo di dare continuità alle collaborazioni che da anni ci stanno portando dei risultati positivi. Usag

è il nostro fornitore di riferimento per l'utensileria dal 2006, anno in cui abbiamo deciso di inserire questa tipologia di prodotti nella nostra offerta per le officine. USAG è un marchio molto forte, ben riconosciuto dall'autoriparatore ed un partner solido per noi.

Il rapporto con l'officina è sempre più importante perché attraverso i loro suggerimenti è possibile organizzarsi al meglio ed offrire il miglior servizio: organizzate corsi di formazione per le officine?

Noi siamo Concessionari Bosch dal 1976 e in quanto Bosch la formazione fa parte del nostro dna. L'A.T.F.A. una società del gruppo composta da 10 persone che si occupano esclusivamente di formazione, assistenza tecnica, call center per officine e installazione di attrezzature. Nelle nostre due aule corsi tecnologicamente avanzate di Como

e Bergamo, ogni anno eroghiamo più di 100 giornate di formazione spaziando dalla diagnostica, ai cambi automatici, dai veicoli ibridi alle nuove tecnologie. Siamo inoltre in contatto con diversi costruttori ed forniamo corsi anche a diverse scuole professionali.

E-commerce: lo sperimentate? Quali opportunità di sviluppo offre? Quali sono i suoi vantaggi e svantaggi?

Abbiamo iniziato ad usare l'e-commerce come strumento di vendita per le officine già nel 2007 praticamente quando ancora non lo usavamo nemmeno per i nostri acquisti. In dieci anni gli ordini via web sono aumentati del 300%. Abbiamo creduto fin da subito consci del fatto che si

USAG è un brand conosciuto ed apprezzato. Il cliente spesso sceglie gli articoli USAG solo sfogliando il catalogo, a dimostrazione del fatto che la qualità dei suoi prodotti viene data per scontata

trattava di un trend di mercato che in pochi anni sarebbe esploso. La digitalizzazione può piacere o meno, ha i suoi pro e i suoi contro, ma è una realtà che non si può ignorare. La domanda a cui rispondere però è un'altra: dove ci porterà? Si possono immaginare alcuni scenari, ma credo che nessuno oggi abbia una risposta certa.

In tema di vendita il prezzo è ancora una variabile importante?

Il prezzo è molto importante, soprattutto nei momenti di crisi economica e soprattutto oggi dove il confronto con i competitors vicini e lontani è molto facilitato da internet e dagli e-commerce. Tuttavia sono convinto che l'autoriparatore guardi il prezzo ma solo a parità di altre condizioni. Costare di meno, ma non avere il materiale in casa o

non riuscire a consegnarlo in tempo non serve a molto nel nostro lavoro.

Come viene apprezzato il marchio USAG? Quali sono i prodotti più richiesti e quali i loro plus?

USAG è un brand molto conosciuto ed apprezzato. Stiamo parlando infatti di un top brand, che investe molto in qualità ed immagine. Il cliente spesso sceglie gli articoli USAG di cui ha bisogno solo sfogliando il catalogo, a dimostrazione del fatto che la sua qualità viene data per scontata. Oggi i prodotti più richiesti, oltre alle classiche chiavi e ai robusti carrelli, sono gli avvitatori pneumatici in titanio e ultimamente anche gli avviatori portatili, comunemente conosciuti come Start Booster. Un altro articolo poi che da anni vendiamo è lo smonta ammortizzatori.



Open Day Lariolux 2017