



UN MARCHIO CHE SA ANTICIPARE IL MERCATO

Secondo **Gianguido Pansini**, titolare dello **Scavolini Store di Piacenza**, la strategia del monomarca è vincente quando ci si "affida" al numero uno del settore

Anni fa Scavolini aveva già individuato dove sarebbe andato il mercato oggi. Prima degli altri ha preparato i prodotti giusti per vendere in quella direzione». Secondo Gianguido Pansini, uno dei tre soci dello Scavolini Store di Piacenza, è questo il più grande valore aggiunto di lavorare con l'azienda pesarese. Per l'imprenditore, titolare anche del negozio plurimarca Pansini Arredamenti di San Nicolò (Pc), se si sceglie la strategia del monomarca, che vincola al legame con un solo fornitore, il requisito imprescindibile è «affidarsi a un marchio molto forte, che sia il numero uno incontrastato, e che nel mercato della cucina è Scavolini».

Una gamma molto ampia

Sono tanti i vantaggi di lavorare con Scavolini secondo Pansini, che afferma: «È un brand conosciuto come leader di mercato e questa riconoscibilità dà sicurezza al cliente; inoltre, offre un rapporto qualità-prezzo molto conveniente». Ma soprattutto, sostiene, dà la possibilità di raggiungere ogni tipo di cliente: «La gamma di modelli e di prezzi è talmente ampia da permettermi di rispondere a ogni richiesta senza perdere nessun cliente. Posso accontentare il consumatore che cerca una cucina importante, quello che vuole stare su una fascia media e anche chi in questi tempi difficili ha bisogno di contenere i prezzi pur mantenendo la qualità. Posso rispondere inoltre sia alla richiesta di stile moderno che classico». Il fatto di avere diversificato l'offerta, proponendo mobili anche per altre aree della casa, rappresenta un ulteriore punto di



LA SQUADRA DI PIACENZA

I tre soci dello Scavolini Store di Piacenza. Da sinistra, Andrea Gorra, Gianguido e Giampiero Pansini. La famiglia Pansini, titolare anche di Pansini Arredamenti, dal 1959 opera nel settore del mobile sul territorio piacentino



forza: «Per dare spazio alle composizioni di living e bagni ci siamo spostati da settembre 2014 in una sede più grande. Il mercato per questa linea di prodotti è in crescita e siamo soddisfatti».

Tutti i vantaggi del monomarca

Avere un punto vendita monomarca rappresenta una buona opportunità per la razionalizzazione dei costi. «Ci sono una serie di facilitazioni del lavoro determinate dall'aver un solo fornitore: abbiamo un unico rappresentante con cui confrontarci, possiamo organizzare al meglio il lavoro del magazzino perché le consegne avvengono una sola volta alla settimana. Inoltre i venditori arrivano a una conoscenza perfetta del prodotto, potendosi concentrare su un solo listino, e del programma di progettazione. I montatori, allo stesso modo, lavorando sempre con gli stessi modelli, diventano davvero esperti». Tutto questo, sostiene Pansini, non significa che il format funzioni da solo: «Perché il punto vendita abbia successo è necessario rispettare ad arte una serie di regole: l'esposizione deve essere perfetta e rispecchiare l'immagine di Scavolini con alti standard qualitativi; i prodotti hanno bisogno di un continuo aggiornamento; infine, in linea con la strategia del brand, è fondamentale l'assoluta trasparenza nei preventivi». Ma ad attirare il cliente, oltre al marchio, contribuiscono anche da un lato il passaparola che si crea quando lo showroom lavora bene, dall'altro le conoscenze personali, frutto della presenza storica sul territorio.

Servizi, comunicazione e formazione

Tra i plus offerti ai suoi partner da Scavolini, afferma Pansini, ci sono una serie di servizi. Non solo quelli rivolti al consumatore, ma anche quelli destinati ai titolari degli store: «Il servizio che i clienti apprezzano moltissimo è l'assistenza garantita valida 10 anni. Per noi invece è particolarmente utile tutto il lavoro di comunicazione che viene fatto a livello di immagine del marchio e di pubblicità, sempre efficace. Non da ultimo, è centrale la formazione sui prodotti e sulle modalità di vendita, che ci viene offerta per essere sempre competitivi sul mercato. Oltre ai corsi proposti ogni anno, riceviamo periodicamente utili circolari informative, ricche di notizie e stimoli».

ARRIVARE A TUTTI I CLIENTI

Scavolini vuole soddisfare target diversi con una gamma molto vasta di modelli e prezzi. Inoltre, con l'inserimento di bagno e area living permette di ampliare ulteriormente il business. Dall'alto, il bagno Rivo e una composizione di Diesel Social Kitchen

SCAVOLINI STORE PIACENZA

Titolari: Gianguido e Giampiero Pansini, Andrea Gorra
Apertura: 2009
Inaugurazione della nuova sede: 27 settembre 2014
Indirizzo: via Emilia Pavese 103, Piacenza
Superficie dello showroom: 300 mq
Numero cucine esposte: 10
Numeri di composizioni bagno: 4



UNA SEDE PIÙ GRANDE

Nel 2014 lo showroom si è trasferito in una sede più ampia in grado di accogliere anche le composizioni di living e bagno