

Cliente	ESTENDO	Data	Settembre 2009
Testata	AE	Pagina	84
Tipologia	MENSILE		



AZIENDE INTERVISTA A ANDREA FORTIS

“Guardateci per quello che siamo”

È una giovane società se paragonata alle consolidate realtà multinazionali presenti sul mercato, ma ha il merito di aver creato un nuovo business nel settore dell'elettronica di consumo e degli elettrodomestici, e di aver conquistato, in soli cinque anni di attività, la leadership.

Stiamo parlando di Estendo, azienda nata su iniziativa del gruppo Sbs che ha colto l'opportunità del business delle estensioni di garanzia adattandolo alle tipicità del mercato italiano. E a ragione, se pensiamo che di anno in anno ha messo a segno un costante incremento a due cifre del proprio fatturato, che nel 2008 è stato del 40%.

Con il suo amministratore delegato Andrea Fortis, abbiamo parlato di questi risultati, dei nuovi prodotti e dei progetti per il futuro.

Dottor Fortis, i risultati sembrano mostrare che la crisi non vi abbia toccato...

Devo dire che Estendo è un'azienda che continua a crescere, ad ampliare il numero di clienti, a potenziare la sua gamma di servizi e ad aumentare il numero di addetti. Insomma, siamo nel pieno della nostra fase di sviluppo e guardiamo al futuro con moderata preoccupazione.

Tornando allo scenario di mercato attuale e alle vostre performance, non pensa che un prodotto come quello che offrite, che elimina il rischio di spese impreviste future, possa essere particolarmente interessante per il consumatore?

Oggi il consumatore è sicuramente mol-

L'amministratore delegato di Estendo illustra i risultati dell'azienda nei suoi primi cinque anni. Le nuove estensioni di garanzia, lanciate a luglio, e gli obiettivi di crescita.

to più attento ai propri acquisti e quindi più sensibile alla nostra proposta. Dobbiamo pur sempre ricordare che la nostra è una vendita assistita. Deve cioè essere sempre l'addetto alla vendita a pronunciare la parola magica "estensione di garanzia" e a spiegare quali sono i suoi vantaggi.

È dunque il trade a dare l'input maggiore per la vendita dei vostri prodotti.

Assolutamente sì. Basta guardare l'anno in corso: nonostante le note difficoltà del mercato, le aziende della distribuzione che hanno mantenuto alto il focus sulle estensioni di garanzia stanno raggiungendo risultati importanti, arrivando, in alcuni casi, a raddoppiare le vendite.

Al raggiungimento di questi obiettivi avrà sicuramente contribuito l'ampliamento della vostra offerta, con l'arrivo di nuove formule di estensione della garanzia.

Certamente il lancio di nuove garanzie ha dato un grande aiuto alle vendite perché siamo riusciti, da un lato, a venire incontro alle richieste dei consumatori e, dall'altro ad allargare la fascia di prodotti a cui abbinare un'estensione di garanzia.



Andrea Fortis, amministratore delegato di Estendo.

Cliente	ESTENDO	Data	Settembre 2009
Testata	AE	Pagina	85
Tipologia	MENSILE		

“Guardateci per quello che siamo”

Ce li vuole illustrare?

Fino a luglio, la nostra offerta era composta dalle tradizionali estensioni di garanzia fino a 3, 4, 5 anni; da un'estensione per i grandi schermi e da un'estensione di 6 anni per i grandi elettrodomestici. Oggi invece replichiamo la nostra gamma di garanzie svincolandole dal pagamento della franchigia. Una vera novità per il mercato. Sempre a luglio, abbiamo lanciato due garanzie Small per le fasce di prodotti con prezzi compresi tra i 50 e i 250 euro. Infine, l'ultima grande novità di quest'anno è l'inclusione di un periodo di copertura sul danno accidentale di 60 giorni per le garanzie Small.

Ci può illustrare come funziona il vostro processo di lavoro nel momento in cui il consumatore che ha acquistato una vostra estensione di garanzia si trova alle prese con un guasto del prodotto?

Al consumatore che ha un prodotto guasto, mettiamo a disposizione la nostra centrale operativa di Miasino (No) raggiungibile componendo un numero verde gratuito. Questo è un momento estremamente importante e delicato ed è per questo che abbiamo deciso di gestirlo direttamente. Ricevuta la chiamata, di fronte a guasti di prodotti non trasportabili organizziamo una riparazione on-site; per i prodotti trasportabili procediamo invece il pick up and return. In quest'ultimo caso, tutta la merce, prima di essere inviata ai centri di assistenza, passa per il nostro centro logistico dove si eseguono i controlli richiesti dai partner assicurativi, si sostituiscono gli imballi non idonei al trasporto e si tracciano i flussi delle merci da e verso i Cat.

Siete in sostanza degli intermediari tra il consumatore e il centro di assistenza?

Direi di sì. E questa nostra funzione è ancora più evidente nella terza attività che svolgiamo da poco più di un anno: l'assistenza per i prodotti in garanzia. Possiamo infatti affiancare il trade nella gestione del suo post vendita già a partire dal primo anno di garanzia.

Nel corso dell'ultimo anno abbiamo verificato che si tratta di un'attività molto apprezzata dalla distribuzione che spesso fatica a gestire i flussi di prodotti guasti resi al post vendita, manifestando la necessità di affidare l'organizzazione delle riparazioni a uno specialista in maniera da determinarne con certezza il costo di gestione.

Oltre alla distribuzione, anche i centri di assistenza hanno un grosso vantaggio nel lavorare con voi...

In effetti, grazie al nostro lavoro, i Cat beneficiano di una corretta e controllata gestione dei flussi di apparecchi da riparare.

Tra tutti i servizi che offrite perché non aggiungere anche la stessa riparazione?

Non le nascondo che uno dei progetti che concluderemo nel corso di quest'anno sarà la vendita diretta di assistenza tecnica, sia tradizionale che da remoto. In particolare, in quest'ultimo caso, tramite il nostro sito Internet, daremo la possibilità al consumatore finale di comprare dei gettoni di assistenza tecnica a un costo forfettario.

Mentre come funziona nel caso dell'assistenza tradizionale...?

In questa ipotesi, noi ci proporremo sempre di più al trade come Cat per gestire riparazioni fuori garanzia sempre introducendo il nuovo concetto di costo di riparazione forfettario.

Così facendo non rischiate di mettervi in competizione con i centri di assistenza?

No, i centri di assistenza saranno come sempre nostri partner.

Come avviene la sua gestione del danno accidentale?

Dipende dalle tipologie di servizio. Nel caso delle garanzie Small, se è possibile, ripariamo il prodotto; in caso contrario, il cliente ne acquista uno nuovo uguale o equivalente e si rimborsa il valore di acquisto iniziale al netto d'iva.

A inizio intervista ha detto che la vostra è una vendita assistita. Que-

sto implica la necessità di formare gli addetti alle vendite.

Absolutamente sì e non solo per illustrare ai venditori le caratteristiche tecniche dei nostri servizi, ma anche per aiutarli a sfruttare meglio il patrimonio cliente. Per questo scopo, la nostra rete vendita propone corsi di formazione mirati al miglioramento delle tecniche di vendita e continui refresh e sedute di affiancamento. In alcune aree del nord l'attività è gestita in forma sperimentale da un account diretto.

Parliamo di Estendo come azienda del gruppo SBS. Quale peso ha attualmente?

L'anno scorso, il nostro fatturato ha raggiunto i 5,5 milioni di euro, mentre l'intero Gruppo ha superato i 40 milioni di euro. Attualmente, rappresentiamo poco più del 10%, ma i nostri obiettivi sono quelli di arrivare al 20% nel 2009.

Dottor Fortis, vuole lanciare un ultimo messaggio ai partner della distribuzione?

Sì, vorrei dire ai trade di guardarsi per quello che siamo: imprenditori italiani che hanno creato un team basato su competenze specialistiche, supportato da un network di Cat stabile e di grande qualità, con una proposta commerciale completa e articolata, e partner assicurativi di altissimo profilo, che hanno determinato il loro successo e il raggiungimento della leadership di mercato sulla capacità di mantenere tutte le promesse fatte in passato.

I clienti di Estendo

- A&O Selex
- Auchan
- Conforama
- Co'Ve
- Despar
- Die
- E.Leclerc
- Ep - MediMax
- Espinet
- Expert
- Fnac
- Finiper
- Gruppo Comet
- Gruppo Sme
- Il Gigante
- Iperal
- Mercatone Uno
- Metro
- Mondadori Multicenter
- Pam Panorama
- Sinergy
- Sma
- Supermedia
- Trony
- UniEuro