

Cliente	ESTENDO	Data	Dicembre 2009
Testata	BIANCO&BRUNO	Pagina	66
Tipologia	MENSILE		

La garanzia scacciacrasi

● L'estensione vuol dire margini in più per il trade e maggiore tranquillità per l'utente.

● In crescita le richieste spontanee.



Fonte aziendale

ESTENDO NEL 2009

+40%

ESTENSIONI VENDUTE

350.000

FATTURATO (PREV.)

7,5 milioni

Sono ormai diversi i clienti di Estendo nel canale elettrodomestico. Si va da Trony a UniEuro, da Eldo a Electronic-Partner. Per continuare con Cove, Sinergy e alcuni soci di Expert.



Andrea Fortis

La sicurezza rappresenta uno dei temi più sensibili per il consumatore finale. Sotto ogni punto di vista, dal prodotto in sé al rapporto con l'azienda produttrice e a quello col rivenditore. Quando acquista un elettrodomestico (o un qualunque altro bene), l'utente vuole risolvere un problema. Ecco perché l'arrivo della legge che ha imposto due anni di garanzia legale ha significato un passo avanti molto importante per il dialogo col consumatore.

PER DIFENDERSI MEGLIO

Pertanto non può essere considerato un caso che in un periodo di difficoltà come questo la vendita di estensioni di garanzia assurga a strumento per difendersi meglio. Nel senso che porta in casa margini che con l'aria che tira non possono certo considerarsi una cosa cattiva. Parliamoci chiaro: oggi l'estensione può essere tranquil-

lamente catalogata come un prodotto vero e proprio. Ma come tale va proposta. E qui potrebbe cascare l'asino. L'estensione è di solito legata a un prodotto di valore. Pertanto viaggia necessariamente di conserva con una vendita che sia assistita.

IL MOMENTO GIUSTO

“Il rivenditore - dice Andrea Fortis, amministratore delegato di Estendo, azienda leader in questo settore - deve ricordarsi di proporre l'estensione. Di solito, il cliente finale chiede sempre la conferma della presenza dei due anni di garanzia legale. Quello è il momento di intervenire”. È in costante aumento il numero di utenti che domandano spontaneamente l'allungamento. Come dicevamo all'inizio: si cerca tranquillità nell'utilizzo dell'elettrodomestico. Insomma, se l'estensione di garanzia non è un prodotto scacciacrasi, poco ci manca. ■

ORA PENSIAMO ANCHE AI PRODOTTI DI FASCIA BASSA

● “Quest'anno - rivela Andrea Fortis, amministratore delegato di Estendo - abbiamo lanciato due nuove estensioni di garanzia cosiddette small”.

● “Sono pensate per i prodotti il cui prezzo va dai 50 ai 250 euro. Abbiamo raggiunto un buon rapporto fra costo

del prodotto e costo della garanzia. A seconda dei casi, si aggiungono uno o due anni alla garanzia convenzionale”.

