

# Sellout

HOME ELECTRONICS

BUYERS' GUIDE



EDITORIALE DUEASO

Anno XVI n. 3 - Poste Italiane s.p.a.  
Spedizione in Abbonamento  
Postale - D.L. 353/2003  
norma in L. 27/02/2004 n°46  
art.1, comma 1, DCB Milano - € 1,35  
In caso di mancato recapito  
inviare a: CMP/CPD di Milano  
per la restituzione al mittente  
previo pagamento resi

## TRADE MARKETING

Sempre più strategico

## IT

Mai più  
senza antivirus

## CLIMA

Il mercato premia  
l'efficienza energetica

## GAMES

Arriva Nintendo 3DS

## GIOCATTOLE

Nuove regole  
per la sicurezza

Andrea Fortis, 46 anni.  
Sposato con tre figli.  
Collezione musica  
di ogni genere  
da più di 20 anni.  
Possiede più di 5.000  
pezzi tra dischi in vinile  
e CD. Dal 2004  
in Estendo dove  
ha curato lo start up.

**Andrea Fortis**,  
amministratore delegato  
di **Estendo** spiega  
perché la distribuzione  
debba affidarsi alla sua  
azienda per la gestione  
dell'assistenza tecnica

# RISOLVIAMO PROBLEMI

# SPECIALISTI NEL POST VENDITA

**ESTENDO** OPERA NEL MERCATO CON UNA **CONSOLIDATA ESPERIENZA** NEL SETTORE **DELL'ASSISTENZA TECNICA** E DELLA **GESTIONE DEI PRODOTTI** DA RIPARARE ENTRO I PRIMI DUE ANNI DI VITA.

INTERVISTA A **ANDREA FORTIS**, AMMINISTRATORE DELEGATO

DI MASSIMO GIANVITO


Estendo fornisce assistenza tecnica specializzata e riparazioni per tutti i prodotti di elettronica di consumo ed elettrodomestici ai quali sono abbinate le proprie estensioni di assistenza. Il suo pay-off, "domestic assistance", sottintende un servizio al cliente finale che, a partire dalla presa e riconsegna a domicilio del prodotto guasto, si pone come una soluzione all'avanguardia nel proprio settore tanto che l'azienda è stata scelta finora da 1.500.000 clienti. «Estendo», spiega Andrea Fortis, amministratore delegato, «è riconosciuta dal mercato soprattutto come azienda che si occupa di assistenza tecnica dopo il secondo anno di vita del prodotto. In realtà due nuove divisioni sono operative già dal 2008, e completano una offerta incentrata su tutte le tematiche legate al post-vendita. Una si occupa di riparazioni a computer desktop, notebook e netbook e di assistenza a problemi software sia da remoto che in laboratorio, l'altra fornisce supporto alla grande distribuzione nella gestione di tutte le problematiche legate a prodotti che si guastano nei primi due anni di vita. In particolare è da quest'ultima divisione che ci attendiamo grandi sviluppi nei prossimi anni. Estendo per prima ha creduto in questo segmento di mercato e siamo certi del fatto che ancora oggi possiede un potenziale inespresso».

La vostra offerta è divisa in servizi di assistenza, servizi di supporto al post vendita delle catene distributive e servizi di riparazione e supporto tecnico specializzato. Di cosa si tratta esattamente? «Se Estendo fornisce sul territorio nazionale assistenza

tecnica specializzata e riparazioni a tutti i prodotti di elettronica di consumo ai quali sono abbinate le proprie estensioni di assistenza, *Estendo Servizi Integrati* si occupa della gestione di riparazioni a prodotti in garanzia per conto del retailer, mentre *Estendo Assistenza Tecnica* svolge attività di assistenza tecnica da remoto e riparazione a prodotti informatici quali computer desktop, notebook e netbook. In questo modo assicuriamo e completiamo un servizio d'eccellenza per il consumatore, svolgendo attività apparentemente eterogenee ma in realtà perfettamente integrate». In quali canali distributivi siete presenti e con quali soluzioni?

«Il nostro modello operativo, e quindi le proposte dei servizi di assistenza Estendo, sono identiche per tutti i canali distributivi. Ciò che cambia sono le modalità nella presentazione al pubblico, che nel corso degli anni si sono affinate per avvicinarsi a caratteristiche e peculiarità dei singoli distributori». Avete investito nel sito Internet e nel call center in Italia. Può dare qualche dettaglio in più? Quali i motivi di queste scelte?

«Condivido in pieno la scelta della proprietà di mantenere un forte legame con il territorio perché, a dispetto della globalizzazione, ciò rappresenta un vantaggio competitivo. Attraverso la propria impresa, pur nascendo come tutte per generare profitto, Estendo persegue un obiettivo etico che è quello di inserirsi nel tessuto sociale generando intorno a sé posti di lavoro e conseguentemente benessere. A distanza di sette anni dall'inizio della nostra attività, riempio di



"Essendo persegua anche  
un obiettivo e cioè  
inserirsi nel tessuto sociale  
generando intorno a sé  
lavoro e benessere".  
Andrea Forlì,  
amministratore  
delegato.



SERietà, COMPETENZA AFFIDABILITÀ  
E SOPRATTUTTO CONCRETEZZA  
CONTRADDISTINGUONO IL NOSTRO  
OPERARE QUOTIDIANO

Intervista



soddisfazione sapere che circa 50 persone e alcune centinaia di aziende hanno trovato lavoro grazie ad Estendo, hanno avuto la possibilità di crescere professionalmente e di far crescere il proprio giro d'affari: un circolo virtuoso con ricadute positive ad ampio raggio. I nostri dipendenti esprimono una comprovata professionalità e vivono in prima persona l'azienda: ne è un esempio concreto la centrale operativa, rigorosamente in sede, composta da ragazzi e ragazze competenti e motivati. Quanto al sito Internet è in fase di riorganizzazione con l'obiettivo di illustrare e argomentare più dettagliatamente la nostra attività e per consentire migliore fruibilità dei nostri servizi da parte di retailer e consumatori. In particolare stiamo iniziando ad offrire la possibilità, dopo l'acquisto in negozio, di attivare i nostri contratti di assistenza direttamente on line».



**GRAZIE A TRE DIVISIONI AZIENDALI  
SIAMO IN GRADO DI OCCUPARCI  
DI TUTTE LE TEMATICHE LEGATE  
AL POST VENDITA**

Tra le vostre proposte, qual è stata la più venduta nell'ultimo anno?

«Storicamente il reparto audio-video è quello che ci regala le maggiori soddisfazioni ma il risultato più eclatante del 2010 è stata la penetrazione raggiunta nella vendita di servizi di assistenza in abbinamento a grandi elettrodomestici, segno della fiducia che i consumatori hanno riposto in Estendo e nella sua capacità di gestire le riparazioni a domicilio in tutta Italia e su tutti i marchi presenti sul mercato».

State pensando di ampliare la vostra offerta di soluzioni/prodotto?

«Se da una parte una continua opera di monitoraggio sulla propria attività consente ad Estendo di intervenire rapidamente sui propri processi incrementando costantemente la qualità del servizio offerto, il know-how acquisito negli anni, senza eguali nel panorama italiano, accompagna la ricerca continua di servizi innovativi che



anticipano le esigenze di consumatori accorti. L'offerta è in continua evoluzione ed in questo momento il nostro centro ricerche sta sviluppando servizi di supporto tecnico a distanza».

Qual è stato il fatturato 2010?

«La nostra realtà in questi anni ha espresso una percentuale di crescita costante che, oltre al fatturato, ha comportato lo sviluppo e l'incremento della forza lavoro, dei CAT convenzionati e dei punti vendita che trattano i nostri servizi. Il 2010 vede il fatturato di Estendo chiudersi con 8,5 milioni di euro, generato da 30 addetti, con il supporto di oltre 850 Centri di Assistenza Tecnica dislocati su tutto il territorio italiano e la presenza dei nostri servizi di assistenza in 1.300 punti vendita».

Quali le previsioni per il 2011?

«Nel 2011 abbiamo in previsione di raggiungere un fatturato di 10 milioni di euro. In programma è anche il trasferimento in una nuova sede, più grande dell'attuale, maggiormente idonea ad ospitare le attività della divisione Servizi Integrati che si occupa di gestire per conto dei retailer le riparazioni nel periodo di validità della garanzia legale. Anche la centrale operativa subirà un ulteriore ampliamento, dopo quello già operato nel 2009».

Perché scegliere Estendo?

«Serietà, competenza, affidabilità e soprattutto concretezza, contraddistinguono il nostro operare quotidiano. Consentitemi di dire che 800-210834 non è solo il nostro numero verde, ma è anche la chiave d'accesso che porta alla soluzione definitiva di un problema. Ecco perché in questi anni 1.500.000 consumatori hanno scelto Estendo».

Cosa è cambiato per voi dopo il recente intervento dell'Autorità Antitrust in materia di garanzie?

«Per quanto riguarda la parte sostanziale del nostro servizio è stata confermata la validità del nostro modello operativo e quindi nulla è cambiato. Sono state invece migliorate le modalità di comunicazione al pubblico delle caratteristiche dei nostri servizi. In un contesto di vendita in cui sono già presenti due tipi di garanzie, la garanzia legale e la garanzia convenzionale, l'Agcm ci ha chiesto di creare un elemento distintivo facilmente percepibile dal consumatore in maniera da evitare di parlare di una terza garanzia, l'estensione di garanzia, e di lì la decisione di far prevalere, nella nostra comunicazione, il concetto di estensione del servizio di assistenza».

Dopo questa decisione è stata fatta maggiore chiarezza nel



campo delle garanzie?

«Sicuramente sì, anche se rimango convinto che i consumatori che hanno acquistato, e sempre più numerosi acquistano, Estendo hanno sempre compreso che il nostro è un servizio di assistenza ulteriore a prosecuzione delle garanzie esistenti per legge o per contratto».

Quali sono i prodotti tecnologici per i quali si richiede maggiormente assistenza?

«Sommando gli interventi su componenti hardware alle consulenze che portano alle risoluzioni dei problemi software, il settore It genera il maggior numero di interventi, di qui la necessità di occuparcene in prima persona con la nostra divisione Estendo Assistenza Tecnica. Alcuni dati: il nostro laboratorio interno gestisce il 34% delle riparazioni a Pc, desktop, notebook e netbook per un totale di 2.500 interventi all'anno, con un tempo medio di chiusura intervento di 2,7 giorni lavorativi».

Qual è il vostro rapporto con il canale Ipermercati?

«Nonostante sia il canale di distribuzione nel quale la proposta dei nostri servizi è finora meno incisiva, la Gdo ha rappresentato per Estendo la prima grande opportunità di visibilità sul mercato, il primo grande banco di prova sulla bontà delle nostre intuizioni. È nostra volontà presidiare il canale con sempre maggiore attenzione e impegno. Lo stiamo infatti analizzando perché riconosciamo grandissime potenzialità ancora inesprese e nel corso del 2011 sarà al centro di un progetto che prevede un articolato studio e sviluppo di tutte le attività di personal selling».

In alto a sinistra, la sede di Milano (No). Nel 2011 è previsto il trasferimento in una location più grande. Sopra, alcune "estensioni di assistenza" di Estendo che possono essere acquistate nei punti vendita.