



Neumann Italia “sbarca” in Svizzera

Il modello della vendita diretta elaborato da Neumann Italia sarà applicato anche nel sofisticato mercato elvetico



Dall'Italia alla Svizzera, cambia il Paese, ma per i tosasiepi, decespugliatori, elettroseghe e robot rasaerba Mission non cambia la strategia di sviluppo. "La vendita seguirà i canali della vendita diretta così com'è stata sviluppata in Italia. Ovvero una vendita diretta 2.0: un'evoluzione del tradizionale porta a porta o party planning, dove si è andati ad inserire una gestione del cliente attraverso crm e lead generation", annuncia Massimiliano Pez general manager di Neumann Italia. Il gruppo tedesco Neumann Robotics ha affidato proprio a Neumann Italia il controllo della nuova Neumann Schwyz, aperta nel cantone Svitto. "È una sfida che abbiamo accolto "esportando" proprio il modello di vendita che in Italia ci ha fatto crescere molto", continua Pez. Che ricorda: "Quando tre anni fa ci siamo affacciati in Italia con gli attrezzi da giardino a batteria Mission, abbiamo

sperimentato che il meccanismo della vendita diretta tradizionale non funzionava su tutti i prodotti. Occorreva quindi ripensare il modello in funzione di un prodotto garden: gli attrezzi da giardino necessariamente si devono rivolgere ad un pubblico selezionato", continua il manager. "Ne è nata la vendita diretta 2.0 che fa leva su una campagna di promozione attraverso la rete e la partecipazione a fiere di settore e introduce strumenti relativamente nuovi per questo settore: database intermediato e sistema di recall".

La vendita diretta 2.0 sarà il modello applicato dalla nuova filiale Neumann nella Svizzera tedesca. "Il mercato interno svizzero, in particolare quello dei cantoni tedeschi, è un mercato particolarmente sofisticato, probabilmente il più interessante d'Europa", aggiunge il general manager di Neumann Italia. "Nella Svizzera tedesca c'è una grande attenzione nei confronti degli attrezzi da giardino a batteria; in particolare dei robot rasaerba che qui hanno una penetrazione dieci volte superiore a quella italiana. Stimiamo che ci sia un milione di giardini privati; circa la metà di questi si trova nella parte di madrelingua tedesca. L'attuale mercato è di 12-14mila macchine, ben superiore a quello italiano nonostante la Svizzera abbia dimensioni decisamente più piccole rispetto alla nostra penisola". È una sfida che, come dice Pez, "affrontiamo con la certezza della qualità del prodotto e di una metodologia di vendita che in Italia ha dato risultati positivi permettendoci di crescere e di affermarci come punto di riferimento per gli attrezzi da giardino a batteria".