

Industria e FINANZA

Il quotidiano economico-finanziario del Nord Italia



L'ITALIA VA ALLA CONQUISTA DELLA SVIZZERA CON LA VENDITA DI ATTREZZI DA GIARDINO

Il modello della vendita diretta 2.0 elaborato da Neumann Italia sarà il metodo applicato dalla nuova Neumann Schwyz 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, leader nell'automazione industriale e nello sviluppo di soluzioni innovative dedicate all'outdoor, 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. La neonata Neumann Schwyz è stata affidata a Christoph Severus, professionista quarantottenne con oltre 20 anni di esperienza nelle operations delle principali aziende di vendita diretta. Suo obiettivo sarà quello di sviluppare una rete di vendita per gli attrezzi da giardino Mission. «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 cui Severus riporterà. «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».