

Il network BestDrive ha festeggiato nei giorni scorsi l'importante traguardo dei 200 punti vendita. Abbiamo approfittato di questa occasione per fare il punto sul progetto e sul mercato con **Dario De Vito**, general manager Conti Trade Italia e responsabile dello sviluppo della rete in Italia.

Cosa significa per voi il traguardo dei 200 punti vendita?



È un momento davvero importante, che testimonia la bontà del progetto BestDrive. Il fatto di avere sempre più adesioni e rinnovi rappresenta, infatti, il riconoscimento della qualità dei contenuti da parte dei tanti clienti, che ci scelgono in un momento storico in cui il mercato italiano ha un'ampia offerta di franchising.

Per noi non sono 200 bandierine sulla cartina d'Italia, perché quello che davvero ci interessa è la qualità di questo progetto, che è iniziato qualche tempo fa e che oggi è

diventato una rete ben radicata nel territorio, che ci permette di essere visibili e di offrire un servizio a tutto tondo al consumatore finale.

Il network è pronto per affrontare il cambio stagionale in questo periodo di emergenza sanitaria?

Alla stessa domanda, un paio di settimane fa, avremmo risposto con un deciso ottimismo. Oggi l'ottimismo è cauto, perché purtroppo vediamo che la pandemia sta riprendendo forza. Tuttavia la nostra rete è attrezzata e pronta ad affrontare il cambio stagionale con la consapevolezza che è un'opportunità per incontrare i clienti, ma che va gestito con grande attenzione alla sicurezza.

Nel periodo più critico della pandemia, tra marzo e aprile, abbiamo investito molto nel formare e informare i centri ad accogliere i clienti in massima sicurezza e oggi, più che mai, le officine BestDrive sono pronte a garantire tutte le precauzioni necessarie, inclusi i processi di igienizzazione e sanificazione con l'ozono delle vetture.

La formazione della rete ha riguardato solo la sanificazione o anche altri temi?

Di sanificazione abbiamo parlato molto alle nostre reti, tanto che l'offerta ai clienti finali è più che triplicata, facendo diventare questo servizio quasi una routine per la cura dell'auto.

I corsi però hanno riguardo anche molti altri temi. I 200 punti vendita ci hanno infatti scelto anche perché abbiamo continuato a formarli anche in questo periodo difficile, permettendo loro di ottenere anche abilitazioni di mecatronica. Una cinquantina di ragioni sociali si sono inoltre avvicinate al mondo della mobilità ibrida, ottenendo le certificazioni necessarie per lavorare su queste vetture.

La formazione agli affiliati è stata erogata in forma digitale, ovviamente, ma salvo qualche momento di imbarazzo iniziale, siamo poi riusciti a svolgere tutti i corsi con successo.

Gli imprenditori e i collaboratori dei punti BestDrive hanno infatti continuato ad accrescere la loro professionalità, anche in questo momento complesso, adattandosi al format digitale, con un riscontro estremamente positivo.

Quanti punti vendita BestDrive hanno ampliato l'offerta alla meccanica?

Più di 3/4 dei 200 punti vendita BestDrive si occupano principalmente del segmento vettura e di questi circa la metà offre anche i servizi di meccanica, come elemento distintivo. Ci sono naturalmente step e livelli di servizio differenti, ma in generale possiamo dire che la

cultura della meccanica, come elemento importante e necessario per completare l'offerta, si è ormai diffuso con successo, grazie anche ai corsi e alle certificazioni professionali di questi mesi. Nella rete abbiamo anche delle vere e proprie officine meccaniche e carrozzerie già attrezzate, imprenditori che hanno esigenze complementari al business degli pneumatici e che trovano in noi un supporto proprio nella qualità della formazione meccanica erogata alla rete .



Come fanno i BestDrive a trovare e fidelizzare clienti?

Oltre alla formazione abbiamo realizzato anche una serie di strumenti innovativi a disposizione degli affiliati per ingaggiare e fidelizzare clienti. In questo periodo, infatti, raggiungere il consumatore finale è più difficile, ma il nostro è un percorso iniziato anni fa e tuttora valido. Facciamo molta comunicazione anche digitale il che ci permette di mirare il bacino di riferimento del punto vendita, geolocalizzando e personalizzando le nostre offerte, in modo da generare traffico in negozio. Nel corso degli anni abbiamo definito procedure precise per ingaggiare il consumatore e gestire al meglio le operation nei punti vendita a

tutto vantaggio del consumatore e dell'affiliato che ha modo di valorizzare i servizi aggiuntivi del suo portafoglio. Abbiamo investito risorse per digitalizzare alcuni strumenti ed investito nei nostri sistemi informatici per rendere l'officina BestDrive sempre più moderna ed al passo con i tempi.

Un ruolo importante in questo processo, lo hanno sicuramente giocato i nostri consulenti sul territorio, che negli anni hanno fatto un ottimo lavoro, applicando i contenuti nella pratica quotidiana. Poter contare oggi più di 200 punti vendita affiliati è infatti un successo di tutta l'azienda Continental, che in BestDrive ha un riferimento in termini di erogazione dei servizi all'end user.



L'affiliazione BestDrive è unica oppure ci sono moduli diversi in base alle necessità?

Oggi siamo cresciuti, al punto da poter offrire diverse soluzioni per il gommista e per il segmento autocarro e una ad hoc per le officine meccaniche e le carrozzerie che hanno

scelto di aderire alla nostra rete per continuare a sviluppare il business.

In pratica, intercettiamo e soddisfiamo i bisogni diversi dei rivenditori proponendo soluzioni che facciano il conto con le reali esigenze del mercato locale e che permettano ad ogni affiliato di trovarsi a proprio agio nella nostra formula di franchising. Guardandola da lontano penso che oggi, in Italia, quella di BestDrive sia una delle offerte più complete del settore.

Perché affiliarsi a BestDrive?

Indipendentemente dalla scelta, che può ricadere sulle diverse formule di franchising che offriamo come BestDrive, il filo conduttore è la ricerca di un supporto per chi vuole consolidare, sviluppare ed innovare il proprio business distinguendosi dalla concorrenza.

Noi siamo il partner ideale per chi vuole essere seguito, ma non superato, per chi vuole qualcuno che lo affianchi senza imporsi. BestDrive offre accesso a strumenti innovativi, formazione e brand di valore per sviluppare l'attività, nel rispetto dello stile di ciascuna impresa. Ci sediamo accanto all'imprenditore e costruiamo insieme a lui un'offerta personalizzata e adatta al suo mondo. Insomma, vogliamo essere un compagno di viaggio per crescere.



Oltre alle nuove adesioni che fanno crescere il network ci sono anche i rinnovi?

Siamo cresciuti molto, ma abbiamo assistito anche a moltissimi rinnovi, che dimostrano la volontà degli affiliati di proseguire nel progetto, in virtù dei risultati dei primi anni.

Circa un mese fa, ad esempio, hanno rinnovato per altri 5 anni l'affiliazione i due punti vendita di Rifer Gomme delle Marche, che hanno un'offerta che spazia dal segmento vettura all'autocarro e agricolo. Si tratta di imprenditori molto esigenti e affermati nel territorio, che, dopo un'attenta riflessione, ci hanno scelto 5 anni fa per incominciare un percorso. Oggi rinnovano l'affiliazione e scelgono di fare un passo in più con BestDrive nel mondo del autocarro. Questa per noi è una conferma importante, un successo che dimostra che non puntiamo ad avere tante bandierine sulla mappa, ma tanti imprenditori che apprezzano la nostra offerta.

In un anno così impegnativo, il rinnovo di clienti che estendono la durata e che per di più si affacciano ad altri contenuti del mondo BestDrive è per noi un riscontro significativo.

L'obiettivo del network è di crescere ancora?

È difficile se non impossibile in questo momento fare previsioni precise. Il nostro obiettivo di base resta quello di offrire un concept di franchising che incontri i bisogni degli imprenditori, che sappiamo essere diversi, e che al contempo aiuti il settore a sviluppare touch point di qualità per il consumatore finale. Certamente continueremo a crescere per una copertura razionale del territorio, offrendo al utente finale la possibilità di cambiare le gomme in centri sempre più formati e specializzati, con un'attenzione alla sicurezza che caratterizza il nostro Gruppo da sempre.

BestDrive
You drive, we care.

BestDrive
You drive, we care.



200 punti vendita in tutta Italia. Dietro grandi numeri ci sono grandi professionisti.

La rete BestDrive continua a crescere e diventa sempre più grande. Non solo grazie alla nostra presenza capillare su tutto il territorio italiano, ma soprattutto grazie a professionisti che ogni giorno lavorano per selezionare prodotti di alta qualità, per offrirti servizi rapidi ed efficienti e per garantirti il massimo delle prestazioni e della sicurezza, veicolo dopo veicolo.

Scopri la rete su bestdrive.it

© riproduzione riservata pubblicato il 29 / 10 / 2020