È Pirelliano da sempre **Marco Grandi**, titolare del centro **Driver** di Parma Pneusì, che dopo aver venduto, a 15 anni, la sua prima P3, non ha mai tradito la P lunga. *"Oltre all'innamoramento da ragazzino, uno dei motivi per cui continuo ancora oggi a cavalcare il brand italiano è che Pirelli è ed è sempre stata un'azienda innovativa e ha sempre rispettato le mie aspettative di miglioramento, soprattutto dal punto di vista della visibilità e della presenza su tutti i canali*", spiega l'imprenditore.

La scelta di entrare nel network Driver, Marco Grandi l'ha fatta per distinguersi dai concorrenti e, secondo lui, a fare la vera differenza sono gli uomini della squadra Pirelli-Driver, così come i quattro dipendenti della sua azienda, Pneusì, perché *"le aziende sono fatte di persone, prima che di strutture e di prodotto".*

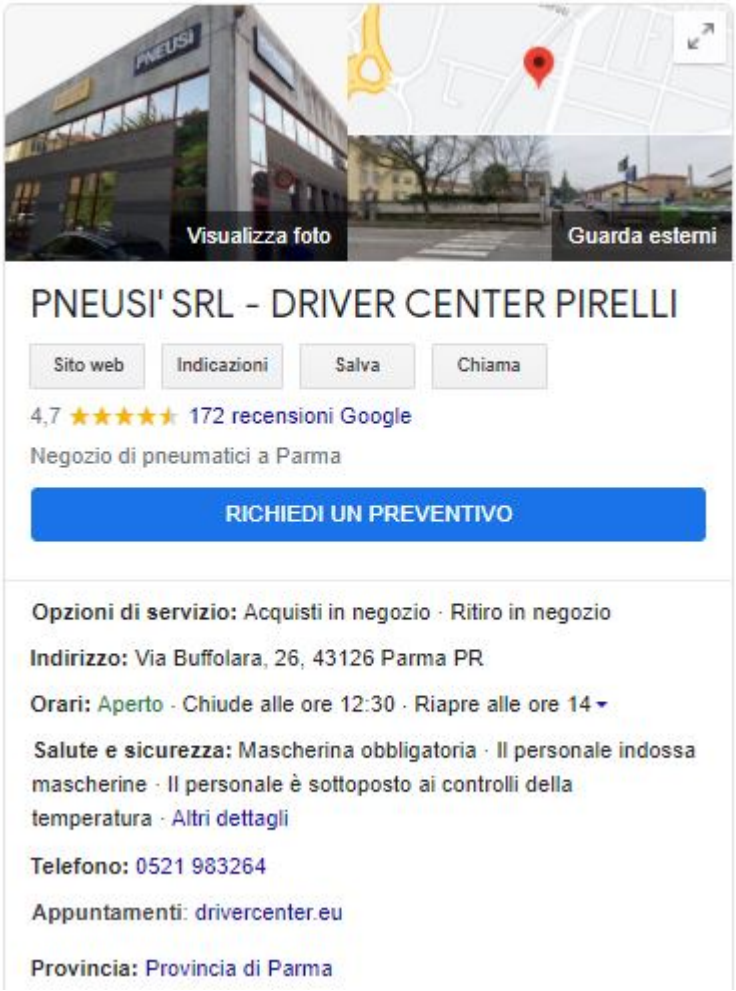
**Quali sono gli elementi più importanti per differenziarsi dai concorrenti?**

La prima cosa è sicuramente **l'immagine**, che consente di identificare chiaramente la catena Pirelli Driver.

Poi c'è un altro strumento formidabile, che Driver ha lanciato nel 2020 per seguire le necessità del consumatore moderno che è sempre più online: **la vetrina digitale**.

**Come funziona la vetrina digitale?**

È uno **strumento di prenotazione online**, completo di informazioni e prezzi di prodotti e servizi, che ci consente di intercettare nuovi clienti. La vetrina digitale ogni anno viene promossa con delle campagne stagionali mirate dalla sede centrale.




È uno strumento strategico, in cui crediamo molto e che spingiamo in maniera forte su tutti i canali virtuali, come i social, ma anche attraverso i canali tradizionali, come i biglietti da visita, che nel retro riportano le indicazioni per fissare in autonomia il proprio appuntamento per il cambio gomme.

Una volta, per fare il gommista era sufficiente stare sulla soglia dell'officina e aspettare il cliente. Oggi invece è assolutamente necessario andare ad intercettare qualsiasi tipo di cliente, anche quello digitale. Per questo diventa fondamentale essere visibili online, su Google e **sui social**, e poter gestire un proprio spazio virtuale, proprio come se fosse una parte integrante del negozio.

La vetrina digitale, da sola, non è però sufficiente: è l'incrocio tra la visibilità online e il **CRM di Driver**, che permette di chiudere il cerchio, ricontattando periodicamente i clienti.

**Quali sono gli elementi più importanti per il successo di un gommista?**

Ce ne sarebbero decine, ma io credo che la **vetrina digitale**, insieme al **programma di convenzioni** con una scontistica dedicata ai dipendenti di aziende o soci di organizzazioni, o le sponsorizzazioni con Dallara, Inter-club, Fisi e molte altre, facciano veramente la differenza, perché ci consentono di trovare dei clienti in più, che probabilmente non saremmo mai riusciti a raggiungere. È una grande soddisfazione, per noi, sapere che dei nuovi clienti ci scelgono grazie al fatto che facciamo parte della famiglia Driver Pirelli. Driver Pirelli ha anche attivo un programma specifico per le leasing company, un segmento in continua crescita e molto presente sul territorio.




**Oggi contano di più i servizi o i prodotti?**

La qualità del prodotto e la capacità di argomentarlo sono condizione di base. Il corretto posizionamento di prezzo è importante, ma non avessi a disposizione tutte le leve di cui abbiamo parlato, sarei uno dei tanti. Ma siccome io voglio essere uno dei pochi, sfrutto al massimo tutti gli strumenti che il network mi offre per distinguermi.

C’è poi sempre il fattore-uomo: io ho la fortuna di avere il sostegno di una squadra di collaboratori strepitosi, ho la serie A dei giocatori, persone eccezionali, che mi permettono di essere in azienda, anche quando sono in giro per seguire la mia passione enorme per il ciclismo.

**Network, leve di marketing, comunicazione…ma quanto conta l’impegno personale?**

È assolutamente determinante. Se qualcuno pensa che le leve funzionino da sole, si sbaglia di grosso. Il **gestionale Driver,** ad esempio, è meraviglioso, perché ci consente di sviluppare il rapporto con i clienti in maniera ultra dettagliata. Ma il gestionale deve essere riempito di contenuti, altrimenti è una scatola vuota.

Impegno significa avere voglia di dedicare del tempo per mettere a punto gli strumenti a monte, perché così a valle il lavoro diventa fluido ed efficace. Una volta che si è appreso il corretto iter per inserire le informazioni, il lavoro diventa semplicissimo e anche entusiasmante, perché ci offre un appeal altissimo nei confronti dei clienti. Grazie a questo sistema, infatti, noi conosciamo la storia di ogni singolo cliente e riusciamo a personalizzare il rapporto e l’offerta.

Insomma, un piccolo lavoro a monte si trasforma in una professionalità, che a valle conquista il cliente. Mai tempo può essere speso meglio.

**Per utilizzare al meglio tutti questi strumenti è necessaria la formazione…**

Siamo seguiti costantemente…delle volte anche troppo! Pirelli Driver segue la crescita professionale dei nostri collaboratori a 360 gradi. La formazione è sicuramente un altro valore aggiunto inestimabile della famiglia Driver.

**La formula Driver può essere consigliata a tutti o sono necessari dei pre-requisiti?**

Io credo che l’unico requisito fondamentale sia crederci e avere voglia di impegnarsi. Bisogna utilizzare il programma gestionale, sfruttare tutte le leve e partecipare alle campagne istituzionali. Solo così è possibile essere preformanti e avere una marcia in più nella competizione del mercato.

**Quanto ha pesato la pandemia nell’attività dei mesi passati?**

Il periodo-Covid è stato abbastanza impegnativo per me e per la mia struttura, tanto che ad aprile abbiamo dovuto chiudere. Però quel momento, così difficile, ha aumentato in me la consapevolezza di fare parte di una grande famiglia. Nei momenti in cui mi sono veramente

trovato in difficoltà, ricoverato in ospedale con l'ossigeno e con l'azienda chiusa, i ragazzi di Pirelli Driver mi sono stati vicini e tutti gli strumenti che avevamo messo in pista sono stati fondamentali per informare i clienti e spostare gli appuntamenti digitali che erano già stati fissati.

L'anno sta andando bene, perché, proprio grazie agli strumenti che ci hanno consentito di gestire il momento più critico, oggi ci troviamo ad avere ancora l'onda lunga di lavoro. I clienti hanno capito la situazione e apprezzato la tempestività degli aggiornamenti e la professionalità del nostro comportamento.

**Come vede il futuro della categoria e della professione del gommista?**

Chi non si è pianto addosso, ma anzi, in questo momento di difficoltà, ha accelerato e comunicato correttamente, ce la farà. Mi auguro che quest'anno abbia insegnato a tutti che bisogna essere sempre organizzati al meglio, perché non si sa mai cosa possa accadere.

Credo che il mondo del pneumatico sarà fatto sempre di più di **rapporti con i noleggi**. Credo che diventerà sempre più importante **essere presenti nella vita dei nostri clienti**, utilizzando le **leve digitali** in maniera sempre più profonda. E credo che arriveremo anche a vendere i nostri pneumatici online.

Ma la cosa più importante, che auspicherei per il settore, è di saper **valorizzare le prestazioni e il lavoro che facciamo**. Le prestazioni valgono di più se il gommista è rispettoso delle regole, aggiornato su tutte le novità, usa attrezzature all'avanguardia e offre un servizio d'eccellenza.

**Qual è la regola base per un'azienda?**

Il **metodo** è la parola chiave per un'azienda e deve prescindere dalla proprietà. Il titolare deve valorizzare i propri collaboratori agli occhi dei clienti e fare un passo indietro. Io ci sono, ma i miei collaboratori, grazie al 'metodo' Driver, hanno tutto quello di cui hanno bisogno per lavorare in autonomia. Io intervengo solo in caso di necessità. Credo che sia questo l'elemento che determina il successo di un'azienda.

Il mondo del pneumatico è cresciuto e cambiato molto da tutte le prospettive. Credo che pensare che il mondo si fermi in quei 200-300 metri di officina rappresenti il vero grande limite della vecchia mentalità della bottega. Oggi bisogna stare al passo con i tempi e fare squadra.

**DRIVER, scopri come diventare Partner**




© riproduzione riservata pubblicato il 29 / 06 / 2021