

Entusiasmo e ottimismo in Overgom durante la presentazione dei risultati dei primi tre mesi del 2021.

*“Il primo trimestre del 2021 non è paragonabile a quello dello scorso anno per i motivi noti, ma abbiamo raggiunto tutti gli obiettivi prefissati e siamo quindi molto soddisfatti”, ha dichiarato **Marco Laraia**, direttore commerciale di Overgom. “Maggiore penetrazione e copertura territoriale, incremento del numero di clienti attivi, delle progettualità esclusive e triangolate, del fatturato medio per cliente, con una riduzione di resi, reclami, errori logistici e costi di struttura. Nessun dato è negativo! Una crescita di qualità: il marchio **Ceat** continua ad affermarsi grazie ad un corretto posizionamento e ad una qualità da Tier superiore, l’**Agro e Industriale GTK** riscuote apprezzamenti per l’ottimo rapporto prezzo/qualità e i **brand premium** crescono in doppia cifra: tutti segnali di un’ampia disponibilità prodotto, di un corretto e aggressivo posizionamento e della esperienza e capacità consulenziale degli agenti. Da aprile il team vendite si è rafforzato con l’inserimento di **nuove figure a Milano, Torino e in Liguria** in attesa di formalizzarne **altre 4 nei prossimi giorni.**”*

La difficoltà nell’individuare figure professionali competenti ed esperte spingerà Overgom ad investire sempre di più nella **formazione interna** degli agenti, prevedendo un percorso formativo chiaro, standardizzato e completo per poter contare dopo 6/8 mesi su collaboratori pronti a gestire la complessità del mercato, soprattutto Agro Industriale.

Con lo sguardo rivolto al futuro, l’occasione è stata utile per affrontare e mettere le fondamenta a tutte le progettualità che avranno il compito di confermare e solidificare il percorso di crescita.

Nel secondo trimestre è prevista il **lancio di una collaborazione con un network leader** sul territorio nazionale e la presentazione ufficiale del **progetto “Ceat Store”**, sul quale già si lavora al rendering del primo negozio che verrà inaugurato prima dell’estate.

“Alla luce degli aumenti prezzi previsti per la gomma naturale e sintetica, del costo dei trasporti, della difficoltà di alcuni produttori nel rispettare i tempi di consegna e considerando soprattutto il nostro tasso di incremento vendite, la più grande sfida dei prossimi mesi sarà relativa al corretto approvvigionamento. Abbiamo deciso di rafforzare il team logistico nella sede di Santena con l’obiettivo di minimizzare eventuali disservizi. Onestamente, il problema della gestione della crescita è la sfida che tutte le aziende di distribuzione vorrebbero avere!”, ha concluso Laraia.