

Intervista ai titolari della Balda Pneumatici, Maurizio Baldasseroni e Cristina Mercantelli, per conoscere perché il network è la scelta vincente.

Quando è iniziata la vostra attività?

Abbiamo rilevato l'attività nel 1998 da mio padre, che era un imprenditore autonomo. C'è stata poi una piccola parentesi in cui abbiamo affittato l'azienda a un gommista della zona, per poi tornare noi nel 2017. Nel 2018 consapevoli delle trasformazioni in essere nel mercato del pneumatico abbiamo iniziato l'esperienza con BestDrive per consolidare e supportarci nella realizzazione di un centro multiservizi a 360°.

Perché avete deciso di affiliarsi a BestDrive?



Balda Pneumatici si trova in via XXV Aprile, a Chiesina Uzzanese, in provincia di Pistoia

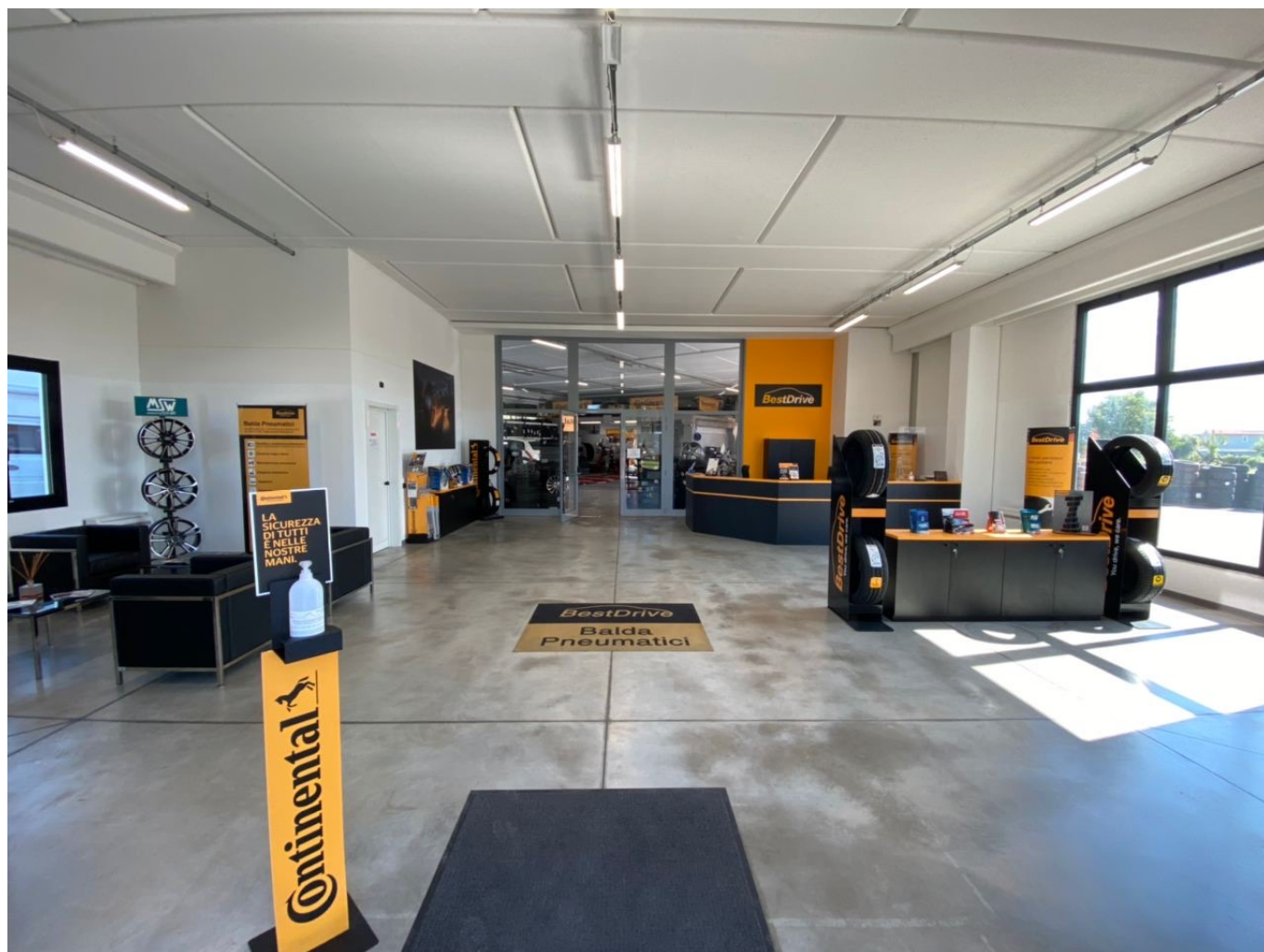
Abbiamo visto molta serietà e professionalità da parte della rete e delle persone che ne fanno parte sin dall'inizio. Competenza sia da un punto di vista gestionale sia consulenziale, di supporto commerciale e di marketing, che tra l'altro si è fatta sentire anche durante il

difficile periodo di lockdown. E poi rappresenta un plus, una garanzia di sicurezza, il legame con un'azienda come Continental.

Come avete affrontato il lockdown?

Inizialmente abbiamo deciso di tenere a casa i nostri collaboratori e rimanere in negozio solo io e mio marito per continuare a garantire comunque un'assistenza essenziale ai nostri clienti. Poi abbiamo deciso di chiudere e lavorare esclusivamente su appuntamento. Sono state decisioni che abbiamo preso insieme ai nostri colleghi e a BestDrive. Fare network in un momento così delicato è stato estremamente utile e dà una sensazione di squadra. Il non sentirsi soli ad affrontare le criticità è servito tantissimo. Seguendo l'esempio dei nostri colleghi, abbiamo poi avuto la forza di riaprire e, piano piano, ricominciare a lavorare.

Che effetti ha avuto la pandemia sul cliente? È più informato con l'uso di internet?



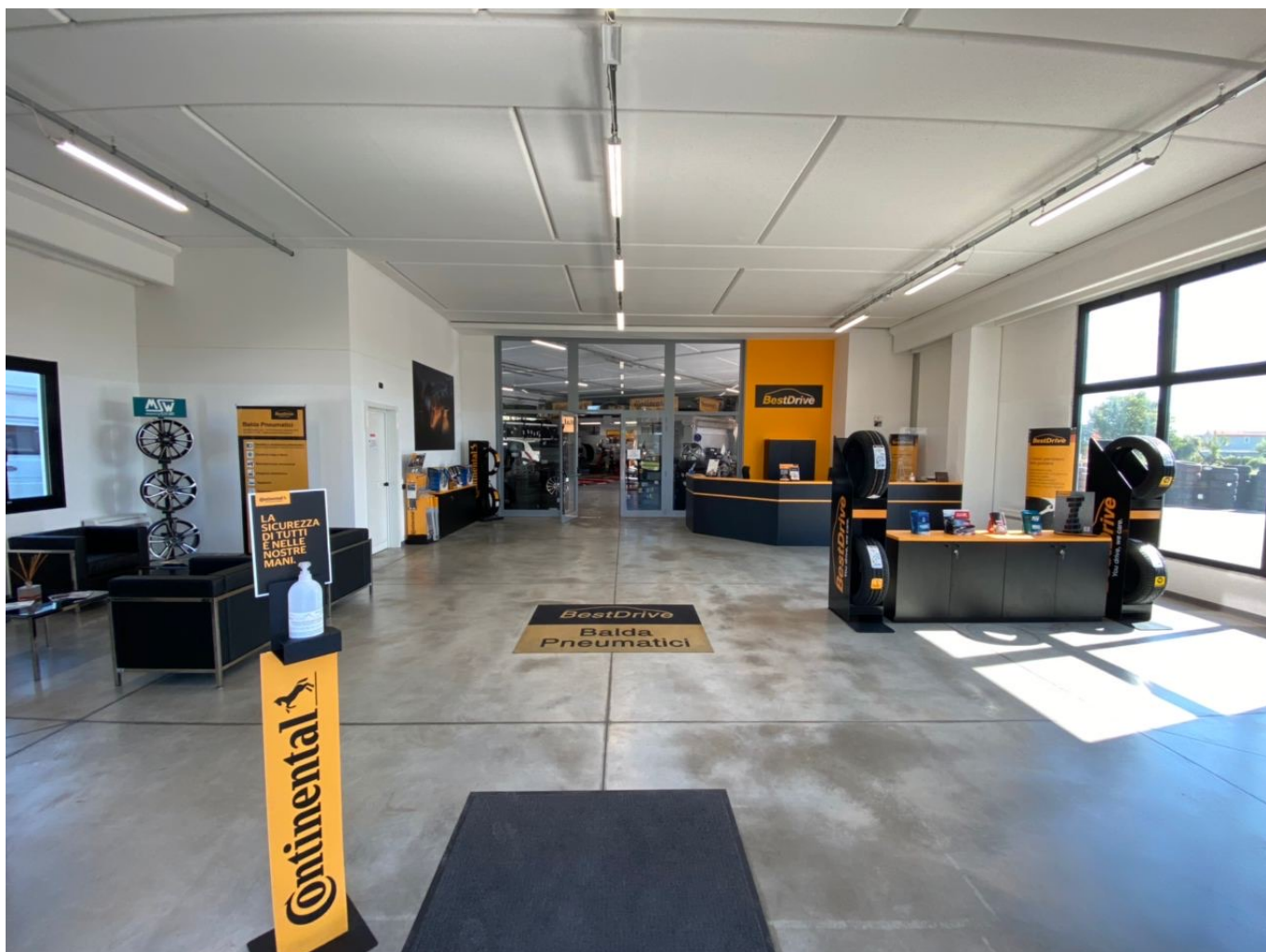
Il cliente, a volte, sembra non essere cambiato. Il nostro ruolo nel gestire le relazioni e le modalità di interazione sono cambiate. Utilizzare la mascherina, per esempio, rappresenta un handicap per noi, nel rapporto diretto col cliente e nel comunicare con lui.

Il cliente, a seguito del lockdown, più di prima cerca su Internet, ma sempre più spesso, confrontandoci in negozio rileviamo l'incertezza della persona. Qui entra in gioco il nostro ruolo di consulenti, di consigliare il prodotto giusto in base alle necessità del singolo cliente, all'uso che fa della vettura e a quanti chilometri percorre col proprio mezzo. Per questo è ancora più importante creare un rapporto di fiducia con le persone.

Come valuta l'apporto di BestDrive in termini di consulenza?

BestDrive offre ad esempio corsi di formazione validi e interessanti e il loro aiuto sotto questo punto di vista è molto importante. L'evoluzione del parco circolante ci mette di fronte sempre a nuove sfide professionali. I veicoli diventano sempre più sofisticati e complessi e l'aggiornamento professionale diventa un requisito fondamentale. Anche in questo BestDrive riesce ad affiancarci con supporti ed un consulente dedicato.

Parlando di meccanica leggera, rappresenta un'opportunità?



È sicuramente un'opportunità, perché il cliente apprezza il fatto di poter usufruire di questi servizi in un unico centro specializzato. Si ritorna al tema della fiducia, al rapporto che siamo in grado di stabilire con il cliente. È un elemento fondamentale.

Il ruolo di imprenditore nella sua attività?

Prima non avevamo una consulenza esterna, e sentivamo la mancanza di un appoggio. Il fatto di essere supportato da una rete, come BestDrive, ti permette di acquisire delle idee, capire dove si sbaglia e in cosa migliorare. Essere imprenditore oggi comporta il saper affrontare sfide difficili. Farlo con il supporto di un grande gruppo come Continental e dei suoi consulenti, è molto importante perché ti dà una visione e un quadro più ampio di quello che tu potresti fare da solo.

Il prodotto Continental com'è percepito?

Molto apprezzato e funziona molto bene. Non ha bisogno di tante parole per essere scelto. Dipende molto da quello che il cliente cerca. Il prodotto premium oggi comporta un investimento piuttosto rilevante, ma in questo ambito Continental per me è il brand migliore, quello che garantisce che i soldi siano ben investiti in termini di sicurezza ed affidabilità.

Lei incontra anche motociclisti. C'è differenza tra il cliente moto e vettura?

Sicuramente per il moto i clienti sono più competenti e sono pochi quelli che fanno una valutazione meramente economica perché cercano un prodotto di qualità e con caratteristiche specifiche. Le due ruote sono oggetto di passione e il cliente è orientato alla scelta di una soluzione che garantisca il massimo della sicurezza e della performance. In questo ambito Continental ha una leadership riconosciuta nel segmento trail, ma sta crescendo anche in altri comparti, sia in termini di qualità di prodotto che di completezza di gamma.

Quali prospettive future si aspetta?

Una delle risposte ai cambiamenti repentini del settore ed alla crescente complessità del mercato automotive è fare team e avere una squadra unita, affiatata e competente. Questo è il punto di partenza. Le sfide poi sono continue e giornaliere. Ma se il team è affiatato ed al tuo fianco hai un partner affidabile tutto si può affrontare e risolvere.

Balda Pneumatici si trova in via XXV Aprile, a Chiesina Uzzanese, in provincia di Pistoia