

Dati, analisi, confronti

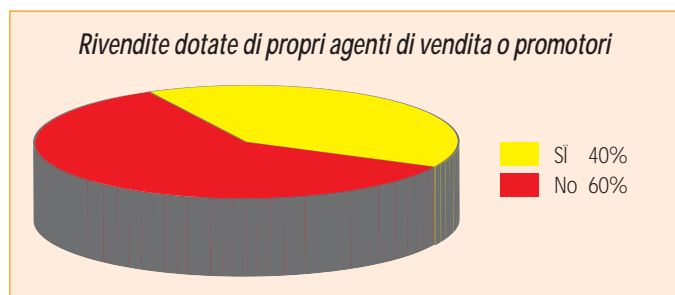
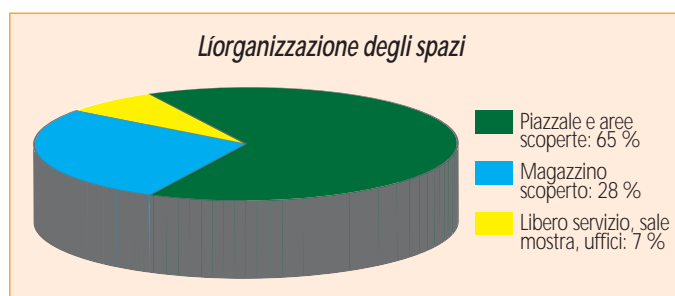
Come anticipato, la scelta delle rivendite da presentare in questo Dossier È stata fatta in base al criterio della rappresentatività. Non solo, quindi, le grandi rivendite, ma anche quelle di dimensioni medie e anche medio-piccole; non solo quindi, rivendite indipendenti, unicellulari o multipoint, ma anche aggregate in gruppi. Dall'elaborazione dei dati relativi nel complesso a 30 punti vendita emerge una dimensione media di 9.000 metri quadrati totali, di cui il 35%, corrispondente a circa 3.100 metri quadrati, dedicati a magazzino, sale espositive o brico e uffici.

Dal confronto di questi dati con quelli delle precedenti analisi condotte su altre regioni d'Italia emerge che quelle presenti in Lombardia occidentale sono generalmente rivendite di dimensioni medio-grandi, così come quelle, per

esempio, emiliane, laziali o marchigiane. Particolarmente elevata, in particolare, la quota coperta della superficie totale, per la maggior parte dedicata più a magazzino di stoccaggio che a sale espositive o aree a libero servizio, per quanto in alcuni casi queste ultime risultino considerevoli.

Per quanto riguarda poi gli addetti, in ciascun punto vendita risultano impiegate 8,5 persone, una ogni poco più di 1.000 metri quadrati di superficie. Non si tratta certo di un record (vi sono casi, come il Friuli, in cui si arriva a 24 addetti per punto vendita e a uno ogni 500 metri quadrati), ma non bisogna dedurre che il presidio dei punti vendita sia inadeguato. Al contrario, questo dato può significare che i rivenditori hanno razionalizzato la gestione delle risorse umane, senza con ciò perdere di efficacia.

Infine, il 40% dei rivenditori presidia la propria area di azione con personale tecnico commerciale



esterno, che visita i cantieri con obiettivi promozionali o di vendita, ma anche di assistenza e affiancamento tecnico post-vendita.

L'evoluzione delle merceologie trattate

Come È noto, l'utente finale, sia esso il privato o l'impresa, con il passare del tempo si trasforma, esprime in modo nuovo la sua domanda e i suoi bisogni. A questo cambiamento, che ultimamente ha subito una forte accelerazione, il rivenditore deve rispondere prontamente, modificando il suo modello di offerta, per cogliere le nuove opportunità e farsi trovare sempre pronto e reattivo. Così se il privato, sempre più

Dimensione media delle rivendite:

mq totali 9.008
mq scoperti: 5.868
mq coperti: 2.500
mq show room e libero servizio: 460
mq uffici: 180

Numero medio di addetti per p. v.:

8,5

Rapporto addetti/superficie:

Lombardia Occidentale

Dossier

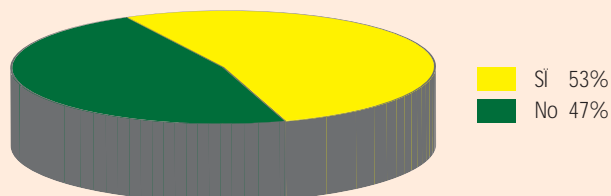
Prodotti trattati

	Impiantistica termica elettrica	Macchine e attrezzature	Materiali innovativi	Materiali tradizionali	Pavimenti e rivestimenti in legno	Pavimenti e rivestimenti ceramici	Pitture e vernici	Ferramenta	Finestre da tetto	Arredobagno	Arredocucina	Sanitari	Rubinerie	Corpi scaldanti	Cartongesso	Porte interne	Scale	Arredo giardino e barbecue	Arredo urbano
Alpe - Co	4	4	4	-	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Centro Edile Como - Co	4	4	4	-	4	-	4	4	-	4	-	-	-	4	-	4	-	4	4
UEdilizia - Co	4	4	4	-	4	-	4	4	4	-	-	-	-	4	-	-	-	4	4
Arcobaleno - Lo	4	4	4	4	4	4	u	u	4	u	u	u	4	4	4	4	-	4	4
A&A Cazzaniga - Mi	4	4	4	-	4	4	4	-	4	-	-	-	-	4	-	-	-	-	4
Digiessè - Milano	4	4	-	4	-	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Edi.Commerce - Mi	4	4	4	4	4	-	4	4	4	-	-	-	-	4	4	u	4	4	4
Eredi Mario Scuratti - Mi	4	4	-	-	4	-	u	-	-	u	-	-	-	-	-	-	-	4	u
Marzotto - Mi	4	4	4	-	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Materiali Edili Bizzo - Mi	4	4	4	-	-	4	-	-	4	-	-	-	-	-	-	4	-	4	-
Annunziata Francesco - Pv	4	4	-	-	4	-	4	4	4	4	-	-	-	4	4	-	-	u	4
Comedil di F. Sgura - Pv	4	4	4	-	4	-	4	4	4	-	-	-	-	4	-	-	-	4	-
Zella - Pv	4	4	4	-	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Croci - Va	4	4	-	-	u	-	u	-	4	-	-	-	-	-	-	-	-	4	4
Edil Bardello - Va	4	4	4	-	4	-	4	-	4	-	-	-	-	-	-	-	-	4	-

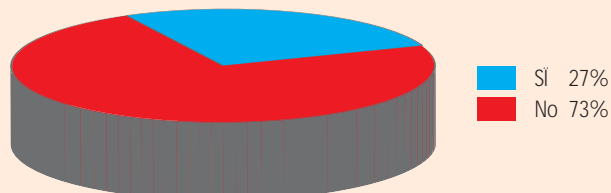
● specializzazione merceologica 4 materiali trattati u materiali trattati marginalmente

informato e consapevole viene coinvolto per il tramite dell'impresa nelle scelte di acquisto, così per il rivenditore non è più sufficiente tenere in magazzino qualche campione di merce e rimandare a una asettica vendita a catalogo; occorre invece allestire sale espositive, far toccare con mano i prodotti nella loro ampiezza di gamma. Ecco quindi che i rivenditori in Lombardia già da lungo tempo hanno dimostrato di saper adeguare il proprio modello di impresa a questo rinnovato segmento di utenza. E allo stesso modo si sono strutturati per rispondere alla domanda di professionalità proveniente dalle imprese, orientando la propria offerta verso la ferramenta e le attrezzature professionali per l'edilizia, implementando i servizi accessori quali il noleggio o la sagomatura del ferro, qualificandosi, insomma, per divenire sempre più dei centri di servizio oltre che dei centri di approvvigionamento. Per il futuro sembra proprio che i rivenditori lombardi continueranno su questa strada, focalizzando l'attenzione, di volta in volta, sulla domanda locale del mercato, che in questo momento, per esempio, si sta orientando

Rivendite che offrono il servizio di posa in opera



Rivendite che offrono il servizio di smaltimento macerie



verso i prodotti per l'isolamento termico e acustico, da molti rivenditori indicati come settori in espansione data l'imminente entrata in vigore delle nuove normative sul risparmio energetico degli edifici.

L'orientamento al servizio

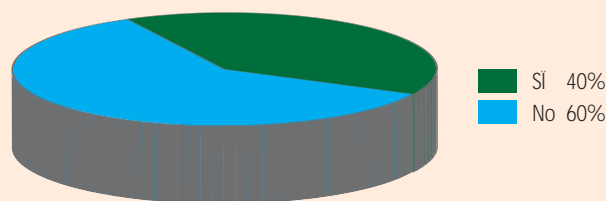
Come appena sottolineato, il moderno magazzino edile si colloca sul mercato anche come centro di servizi.

Lo sanno bene i rivenditori della Lombardia orientale, che quanto a servizi, sono particolarmente strutturati: la posa in opera, vuoi di ceramiche o stufe a pellet, vuoi di solai e coperture, È offerta da un rivenditore su due, la raccolta e smaltimento delle macerie da un rivenditore su tre, il noleggio di macchinari e attrezzature nel 40% dei casi, e sono numerosi i magazzini che offrono anche il servizio di piegatura del ferro per cemento armato e di progettazione e realizzazione di solai.

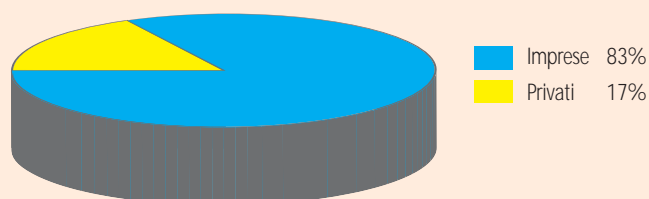
Oltre, naturalmente, ai consueti servizi di trasporto, consulenza tecnica e di affiancamento pre e post-vendita, nei quali i rivenditori investono risorse ed energie, per qualificare il personale a contatto con la clientela e renderlo in grado di trovare la soluzione adatta e nel pi breve tempo possibile a ogni quesito o problematica la clientela esprima.

Cos, i rivenditori della Lombardia orientale si confermano particolarmente customer-oriented, con liobiettivo di giungere alla fidelizzazione della clientela giocando la carta della qualit.

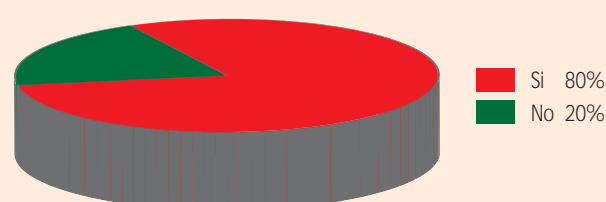
Rivendite che offrono il servizio di noleggio



Segmentazione della clientela



Possesso di sito internet



Servizi alla clientela

	Consulenza tecnica	Supporto progettuale	Rilievo in cantiere	Noleggio macchinari e attrezzature	Posa in opera	Raccolta macerie
Alpe - Co	•	-	•	-	•	-
Centro Edile Como - Co	•	•	•	-	•	•
LiEdilizia - Co	•	•	•	•	-	•
Arcobaleno - Lo	•	-	-	-	•	•
A&A Cazzaniga - Mi	•	-	-	•	-	-
Digiessa Milano	•	•	•	-	-	-
Edi.Commerce - Mi	•	•	-	-	-	-
Eredi Mario Scuratti - Mi	•	•	•	•	-	-
Marzotto - Mi	•	•	•	-	-	-
Materiali Edili Bizzo - Mi	•	•	•	-	•	-
Annunziata Francesco - Pv	•	-	•	•	•	•
Comedil di F. Sgura - Pv	•	-	•	•	•	-
Zella - Pv	•	•	•	•	•	-
Croci - Va	•	-	-	-	-	-
Edil Bardello - Va	•	-	•	-	•	-

Le opportunità offerte da Internet

Otto rivenditori su dieci in Lombardia occidentale dispongono di un sito dedicato alla propria attivit. Praticamente un record! E se lo spazio web il pi delle volte viene interpretato come una sorta di estensione dello spazio del magazzino, e quindi sfruttato per illustrare ai navigatori le merceologie trattate, i marchi e i servizi proposti, non mancano casi in cui il sito della rivendita È concepito come un vero e proprio strumento di lavoro, attraverso il quale dialogare con il rivenditore, aggiornarsi sulle ultime novit dell'industria, conoscere le promozioni del momento, scaricare listini prezzi e schede tecniche dei prodotti. ■