

# La rivendita in primo piano

LA DIMENSIONE, LA QUALITÀ DEL SERVIZIO, L'ATTITUDINE ALL'APPROCCIO CON IL CLIENTE

La grande flessibilità riguardo ai cambiamenti del mercato, la predisposizione all'investimento, il desiderio di crescere e di misurarsi con gli altri fanno di Da.Ri.Pa. un'azienda all'avanguardia e proiettata al futuro.

▶ di Antonietta Leanza

**L**a rivendita "Da.Ri.Pa. S.r.l. di Lezzi Antonio" è presente sul mercato leccese da circa vent'anni, vissuti intensamente tra la diversificazione dell'offerta, attraverso la costante scelta di prodotti di qualità, la selezione di fornitori primari e il potenziamento dei servizi al consumatore.

Vediamo quali sono i punti di forza della rivendita selezionata e quindi i motivi che ci hanno indotto ad effettuare questa scelta.



Mediamente si avverte in tutta la provincia un carattere alquanto tradizionale e ancora "generalista" delle rivendite caratterizzate prevalentemente da una modalità di condu-

zione familiare, o individuale, dell'attività e dove gli operatori risultano ancora poco aperti agli stimoli esterni e poco inclini agli investimenti in maggiori risorse e competenze specifiche.

Da.Ri.Pa. è invece il caso più evidente di azienda di cosiddetta "nuova generazione" che si è consolidata proprio grazie ad una radicata cultura d'impresa e appunto a un'efficace gestione imprenditoriale che si avverte sin dalle prime battute; l'azienda è dotata di mentalità operativa e livello distributivo superiori alla media, aperta alla comunicazione, predisposta all'investimento e pronta a seguire attivamente i repentini cambiamenti del mercato.

Sicuramente, nel campione considerato, è la rivendita che presenta anche il livello di performance superiore ed è significativo il fatto che sia stata l'unica ad aver dichiarato apertamente il proprio fatturato, indice anche questo di maturità e di voglia di confrontarsi con gli altri.

Per quanto riguarda l'area di pertinenza commerciale possiamo dire che se mediamente le rivendite della provincia tendono ad una concentrazione del proprio raggio d'azione che difficilmente supera, per le abituali forniture, i 20 km circa, Da.Ri.Pa. tende invece a scavalcare i confini della propria A.T.OMO. e arriva a rifornire alcuni comuni

dell'A.T.OMO. di "Maglie e Capo d'Otranto", del "Capo Leuca", e più a nord verso alcuni territori del brindisino e del tarantino.

In particolare, dal punto di vista viabilistico, l'azienda si trova in una posizione territoriale alquanto favorevole e cioè sulla circoscrizione esterna del capoluogo di provincia il quale è ben collegato da una fitta rete di strade statali e provinciali a Brindisi, a Taranto e a molti altri paesi della provincia stessa.

Le aree merceologiche dell'azienda comprendono:

- il magazzino dei materiali edili di circa 300-400 mq al coperto e un discreto piazzale di 5000 mq dov'è possibile trovare una gamma quasi completa di materiali da costruzione e attrezzature per l'edilizia;
- la ceramica e gli idrotermosanitari che coprono complessivamente, tra la sede centrale a Lecce e la filiale di Maglie, 550 mq circa di esposizione.

E sono proprio le finiture il punto di forza dell'azienda e l'attività commerciale è integrata dal supporto progettuale, garantito da un proprio ufficio tecnico in grado di fornire consulenze complete, e dal servizio di posa in opera e installazione con personale specializzato.

### Il rilievo dell'area di esposizione

L'incontro in azienda è avvenuto col titolare il Signor Damiano Lezzi il quale ha voluto presentarmi di persona con entusiasmo e orgoglio, il proprio show-room nella sede centrale di Lecce.

Il piano terreno è quasi completamente destinato all'esposizione dei sanitari e dell'arredobagno mediante box che riproducono fedelmente ambienti bagno completamente arredati e curati negli abbinamenti tra pavimenti e rivestimenti, sanitari e mobili.



Gli spazi medesimi nonché le grandi vetrine che danno verso l'esterno vengono spesso "rinnovati" ovvero allestiti di volta in volta con prodotti nuovi.

Nel piano interrato troviamo il "mondo" dei pavimenti e rivestimenti. Gli espositori mostrano una completa gamma di prodotti che possono soddisfare ogni necessità e venire incontro a una clientela molto vasta.

Per soddisfare il cliente è indispensabile presentare al meglio i prodotti dando ad essi il giusto risalto. In modo particolare, per quanto riguarda i prodotti come le piastrelle, è necessario che il cliente le possa osservare e toccare direttamente e non limitarsi semplicemente a vederle rappresentate in un catalogo. Gli spazi della sala esposizione sono sufficientemente ampi e ben organizzati; i pannelli e gli espositori manuali sono singolarmente illuminati e presentano in modo ef-

### La rivendita in cifre

anno di costituzione	<b>1978</b>
superficie coperta piazzale	<b>1.050</b> mq
area espositiva	<b>5.000</b> mq
n° di addetti	<b>12</b>
fatturato 1997	<b>6</b> mld
rapporto addetti/fatturato	<b>500</b> milioni
mezzi di trasporto	<b>4</b> autocarri
	<b>2</b> elevatori
marche in esposizione:	<b>6</b>
<i>(Ala, Colacem, Kerakol, Gardenia Orchidea, Tagina, Fiandre).</i>	

ficace e diretto i campionari e le piastrelle nelle diverse composizioni. Tutto il locale è strategicamente illuminato.

Di medio-alta qualità i prodotti commercializzati e numerose le marche in esposizione alcune di queste in esclusiva per la zona di Lecce: Gardenia Orchidea, Tagina, Graniti Fiandre, Ceramiche Sant'Agostino e altre ancora.

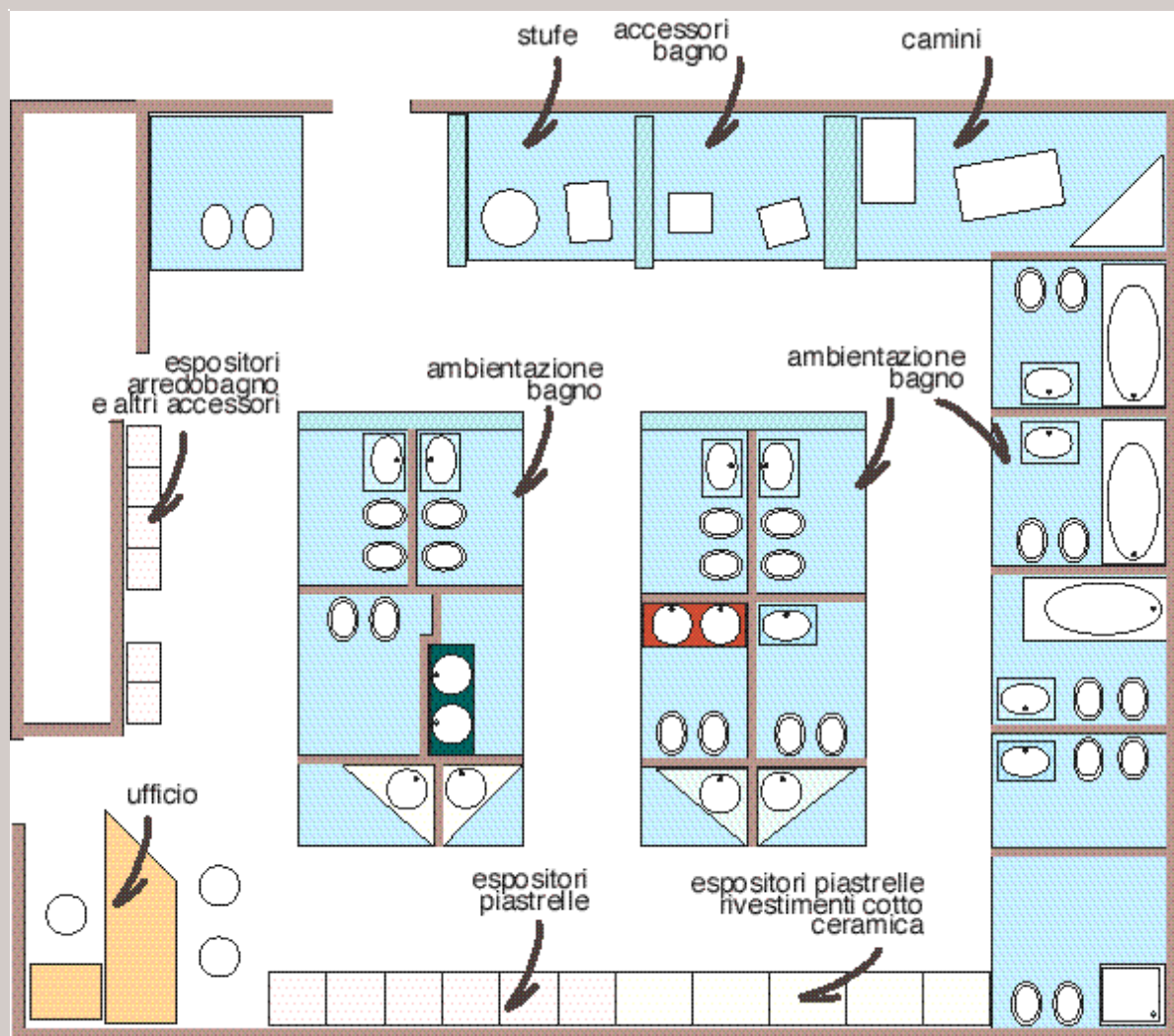
*La rivendita comprende un'area coperta totale di circa 1050 mq. Il magazzino dei materiali edili di circa 300-400 mq al coperto e un piazzale di 5000 mq. Esposizione di pavimenti e arredobagno nella sede di Lecce 400 mq e nella sede di Maglie 150 mq.*

### **l'intervista**

Con Damiano Lezzi si sono messi a fuoco altri aspetti caratterizzanti l'attività dell'azienda.

*.....Qual è il raggio d'azione della rivendita?*

➡ Premettendo che i frutti maggiori li otteniamo dalla rivendita delle finiture, posso dire che è soprattutto con queste che riusciamo a coprire Lecce e buona parte dell' area limitrofa; grazie poi alla nostra presenza nel comune di Maglie con il centro di esposizione ceramiche e sanitari, arriviamo anche in alcuni territori del basso Salento verso Alliste,



Gallipoli, Otranto e fino a Santa Maria di Leuca nel Capo, e nell'alto Salento fino a Brindisi e a Manduria verso Taranto.

#### ..... Come nasce e si sviluppa l'azienda?

➔ L'azienda è stata fondata, come ditta individuale, una ventina di anni fa da mio padre, Antonio Lezzi, e ne porta ancora oggi il nome. Nel 1988 l'azienda diviene una S.r.l. gestita da me, in società con mio padre, e si cominciò a chiamare "Da.Ri.Pa. S.r.l. di Lezzi Antonio".

Mio padre iniziò l'attività con un magazzino di materiali da costruzione che era più piccolo di quello attuale e in altra sede sempre nella città di Lecce; successivamente è stato aperto un piccolo negozietto di ceramiche. Col tempo abbiamo trasferito l'azienda nella posizione attuale e ci siamo ingranditi sia per quanto riguarda il magazzino sia soprattutto incentivando la parte dedicata alle finiture.

L'ultimo passo, almeno per il momento, è stato l'apertura del centro ceramiche di Maglie che sta dando buoni risultati.

#### ..... Iniziative per il futuro ?

➔ Migliorarci ulteriormente. Visto che il centro di Maglie sta funzionando bene, cercheremo di allargarlo e di farlo crescere ancora. Stiamo anche pensando di aprire un ulteriore centro di esposizione ceramiche e idrotermosanitari in posizione territoriale favorevole.

#### ..... Siete attivi dal punto di vista pubblicitario?

➔ Fino a circa due anni fa non mi preoccupavo di fare pubblicità, poi ho cominciato con varie iniziative, su giornali, riviste ecc. e devo dire che ho ottenuto un ottimo riscontro.

Partecipiamo per esempio alle fiere locali come espositori dei nostri prodotti ceramici e idrotermosanitari; ultimamente abbiamo partecipato alla fiera "Lecce Arredo" a Galatina, c'è stato un notevole afflusso di visitatori e noi come espositori ne abbiamo avuto un ritorno immediato.

#### ..... Partecipate a corsi di aggiornamento presso i produttori?

➔ Tendenzialmente siamo disposti a ricercare e ad introdurre nella nostra azienda prodotti innovativi; frequentiamo le fiere di settore come per esempio il Saie, il Saie 2, il Cersaie, e quest'anno pensavo di andare anche all'estero. Di conseguenza cerchiamo sempre di acquisire tutta la competenza necessaria per venire incontro alle esigenze del cliente specialmente se i prodotti sono innovativi.

Gli ultimi corsi di formazione gli abbiamo fatti in Gardenia; abbiamo seguito anche quelli della Scigno e della Ideal Standard per le vendite, la posa in opera e l'installazione.

Infatti noi ci occupiamo non solo della vendita delle finiture, ma grazie ad una società, la "Parisud", ci occupiamo anche della posa in opera di pavimenti, rivestimenti e installazione di opere idrauliche; cerchiamo insomma di offrire al cliente un servizio completo. Partecipiamo anche a incontri e meeting con i produttori e ne organizziamo anche qui in rivendita, differenziati per produttori e per professionisti. E' capitato anche di visitare gli stabilimenti di produzione.

#### ..... E il vostro rapporto con l'informatica?

➔ E' buono. Tutta la gestione delle normali procedure di fatturazione, preventivazione, ordini e gestione del magazzino è già da diverso tempo computerizzata; da non molto siamo anche collegati in rete ad Internet e abbiamo un nostro sito.

#### ..... Consigli a chi volesse intraprendere questa attività ?

➔ Bisogna avere molta costanza e attenzione nel seguire i cambiamenti del mercato. Non bisogna mai fermarsi, ma impegnarsi a raggiungere sempre migliori risultati. Bisogna differenziarsi dagli altri rivenditori, ampliare e diversificare la gamma merceologica e soprattutto potenziare i servizi; quindi vendere prodotti che siano sempre di qualità e garantire l'assistenza completa pre e post vendita ai clienti cercando di essere in merito competenti, nonché corretti e soprattutto educati.