KICK-OFF MEETING DELLA FORZA VENDITE DI AUTODIS ITALIA

AUTODIS ITALIA INAUGURA IL 2025 CONDIVIDENDO CON LA PROPRIA FORZA VENDITA LE ATTIVITÀ PREVISTE PER IL 2025 E IN PARTE PER IL 2026, CHE HANNO L'OBIETTIVO DI RAFFORZARE LA PROPRIA PENETRAZIONE NEL MERCATO GRAZIE AI SERVIZI DEDICATI ALLE OFFICINE DEI NETWORK AD SERVICE E G SERVICE E ALLE INIZIATIVE DI BRANDING SUL MARCHIO PRIVATO XENERGY.

David Giardino

Il coinvolgimento della forza vendite nelle attività aziendali è il primo dei "pilastri" necessari al successo delle vendite e delle strategie aziendali; così la dirigenza di Autodis Italia ha coinvolto la forza vendite ricambi e servizi, circa 150 agenti distribuiti su tutto il territorio italiano, riuniti con l'occasione a Roma lo scorso 10 gennaio.

LA FORZA E L'ETICA

Jeremy de Brabant, Directeur General Operations BtoB Parts Holding Europe, e Paolo Morfino, AD di Autodis Italia, hanno ribadito l'importanza di appartenere a un gruppo la cui proprietà è di una famiglia di imprenditori, per cui dedicata al business. Non un fondo di investimento quindi, ma una azienda che è capace di investire anche molte risorse; ricordiamo i 22 milioni di investimenti in cinque anni e 60.625 mq di magazzini in pianta, senza sottovalutare il valore del magazzino ricambi.
Asset solidi ed etici, questi i valori di Autodis Italia, sottolinea Paolo Morfino, con un fatturato complessivo di 340 milioni di euro distribuiti su quattro poli logistici, così Autodis Italia è diventata il numero 1 della distribuzione AM in Italia, e il numero 4 in Europa, come gruppo internazionale.

L'INTELLIGENZA È LOCALE

Coordinare, affiancare...non comandare; con un approccio di collaborazione tra i manager internazionali e italiani senza la volontà di imporre strategie studiate all'estero e senza sostituire gli imprenditori ex proprietari dei distributori, come spesso accade successivamente alle acquisizioni. Con la stessa impostazione anche in Italia Autodis Italia si pone come acceleratore e sviluppatore di opportunità e sinergie lasciando alle realtà territoriali di declinare le attività commerciali così come erano abituati precedentemente. La continuità di approccio locale all'interno di linee guida nazionali e sfruttando sinergie internazionali ha permesso lo sviluppo e il rafforzamento di tutto il gruppo.

AL TUO FIANCO NEL TUO VIAGGIO

L'obiettivo è di targare 1.550 officine con i marchi AD Service e G Service entro il 2028, così Ugo Carini, vicepresidente del gruppo, spiega la strategia sui riparatori: aiutare le officine target a crescere nella loro evoluzione, portando le officine definite "dinamiche" a essere "pioniere" e quindi a conquistare tutto il mercato che sarà lasciato a disposizione da quelle realtà che, o per mancanza di ricambio generazionale o per la mancanza di investimenti, sono

Da sinistra: **Paolo Morfino,** AD di Autodis Italia, con **Eleonora Simeone,** responsabile marketing di Autodis Italia.

Da sinistra: **Paolo Morfino,** AD di Autodis Italia, con **Jeremy de Brabant,** Directeur General Operations BtoB Parts Holding Europe.

destinate a uscire dal mercato.
Come raggiungere questo obiettivo? Attraverso servizi dedicati; un importante e strutturata attività che parte dal gestionale Autossimo e dai corsi Xmaster per l'aggiornamento tecnico delle officine, ai quali si affiancano anche ulteriori iniziative.
Dettaglia così Eleonora Simeone, responsabile marketing di Autodis Italia; la comunicazione locale agli automobilisti dedicata alla rete, calendari, omaggi ai clienti, nuovo portale AD con comunicazione differente sui target dedicati officine e automobilisti, 20 interviste ad autoriparatori del network G Service effettuate con Barbara Pedrotti e cinque puntate di "Officine da Urlo" richiamate da affissioni locali, dove AD Service e il brand dell'azienda partner creeranno fiducia verso la rete AD da parte dell'automobilista, generando uno sviluppo a 360° della comunicazione.

LA SQUADRA SI RAFFORZA

Nove nuove figure professionali sono state introdotte in Ovam, GGroup e CIDA solo nell'ultimo anno, ed altre stanno finendo la selezione per rafforzare il team Autodis Italia.

Le maggiori novità su Ovam, con il nuovo amministratore delegato Thomas Barbantini, il direttore commerciale Marco Gianni, Cristiano Zambarbieri, responsabile agli approvvigionamento e Luigi Maglione alla direzione logistica e trasporti.
In GGroup, Antonio Fontanarosa, financial controller, Federico Aprea, responsabile della logistica, e Gabriele Adamo come referente Xmaster carrozzeria.
In CIDA, Cosimo Lume per Xmaster e network AD e Leonardo Tamma per gli acquisti. ■