

Formazione Somfy: un giorno con Ever

Alberto Schoenstein

Crescere assieme...

La formazione vista da Somfy. Ovvero, come aiutare i clienti a migliorare produttività, qualità ed efficacia del proprio lavoro. Cronaca di un corso riuscito.

La formazione è da sempre, per Somfy, un importante elemento strategico per la crescita e lo sviluppo del nostro mercato. L'evoluzione delle esigenze della clientela, la diversificazione dei mercati e dei prodotti e l'aumento delle prestazioni ottenibili richiedono una conoscenza specifica dei sistemi e delle loro applicazioni. Somfy, sulla base delle esperienze maturate in quasi 40 anni d'attività come azienda di riferimento nel mercato della motorizzazione per la domotica, realizza corsi di vario livello, nelle sedi di Trezzano sul Naviglio (MI) e Padova. Organizza inoltre, con la collaborazione dei propri partner, corsi rivolti ai clienti, realizzando una sinergia efficace tra le esigenze del partner e dei suoi clienti e il comune desiderio di veder crescere il volume d'affari. La varietà degli argomenti trattati e la tipologia delle applicazioni, oltre all'analisi degli aspetti commerciali e di marketing, consentono a varie figure professionali (installatori, assemblatori, tecnici dell'assistenza, funzionari commerciali e personale esperto o in fase di formazione) di approfondire ulteriormente la conoscenza delle soluzioni Somfy, aumentando la qualità del servizio e l'efficacia nella vendita.

Un evento in tandem

Nel quadro di questa programmazione, il 27 febbraio scorso, presso la sede Somfy Italia



di Trezzano, si è svolto un corso organizzato per Ever di Genova, Business partner di Somfy, e un gruppo di suoi clienti, serramentisti, installatori, in prevalenza dotati di uno show room. Ever arriva, così, al suo secondo appuntamento: il primo era stato il meeting organizzato nel 2006 a Pegli (GE) (vedi Finestra7/8 - 2006 ndr).



Osvaldo Bottiglieri, presidente della Ever di Genova.

Giovanna Adelizzi e **Valter Fioretti**, formatori Somfy Italia.



Ever di Genova è una giovane realtà produttrice di avvolgibili, cassonetti, zanzariere e che commercializza altri prodotti quali motorizzazioni, cancelli estensibili e tende da sole. I titolari della Ever sono i fratelli Osvaldo e Lorenzo Bottiglieri. Proprio Osvaldo ha guidato, accompagnato da Maria Miceli, new entry in Ever al front desk, una quindicina di



clienti Ever provenienti dalla Liguria, in particolare dalla Riviera di Ponente, i più lontani arrivati persino dalla zona di Ventimiglia.

Osvaldo Bottiglieri crede fortemente nella formazione, ha partecipato personalmente a diversi corsi organizzati da Somfy perché, conscio del fatto che la formazione genera business, dice: "E' importante agire in modo che i clienti acquistino più prodotti e servizi nel tempo, naturalmente a patto che le loro esigenze vengano pienamente soddisfatte".

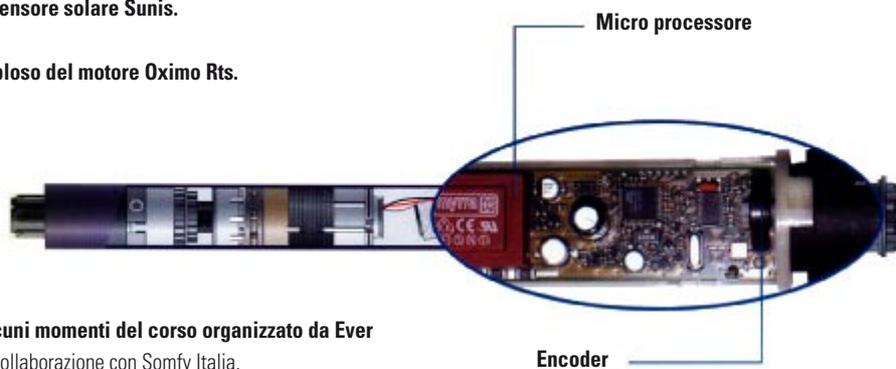
La giornata è iniziata con la visita al centro prove di Somfy Italia, un'area dove sono sottoposte a test le performance dei diversi motori prodotti dalla Casa madre. Ricordiamo che strutture simili sono presenti in tutte le filiali Somfy.

Ad accogliere i partecipanti all'evento, Valter Fioretti e Giovanna Adelizzi, che in Somfy si occupano proprio della parte formazione. Il programma vedeva una prima parte dedicata alla tecnologia radio delle chiusure domestiche e la programmazione dei motori Rts, mentre



Il sensore solare Sunis.

Esploso del motore Oximo Rts.



Alcuni momenti del corso organizzato da Ever
in collaborazione con Somfy Italia.



Giovanna Adelizzi ha affrontato la parte più "commerciale" con una relazione su "L'automazione che genera business".

Lo scopo di questo tipo di formazione è evidente: sviluppare le proprie conoscenze e competenze per poter convincere il cliente, guidarlo e, meglio ancora, agevolarlo nella scelta. Essere, in poche parole, diversi dagli altri, più competenti per la parte tecnica e con maggiori capacità relazionali.

Radio Technology Somfy

Da 15 anni Somfy migliora continuamente le proprie soluzioni nel mondo della tecnologia radio. Radio Technology Somfy (Rts) ha raggiunto la terza generazione e rivela elevate caratteristiche in termini di comfort, prestazioni, semplicità di programmazione e installazione.

Numerosi i vantaggi rispetto ad altri sistemi:

- inviolabile, grazie a un codice che si modifica automaticamente ogni volta (rolling code);
- potente, la portata in spazio libero è di 200 metri e di almeno 20 metri attraversando 2 muri di cemento armato;
- semplice, il tempo di installazione è molto ridotto con un cablaggio elettrico esiguo;
- affidabile, questa tecnologia è stata progettata e realizzata integralmente da Somfy, cosa che assicura grande affidabilità delle prestazioni;
- tecnologia di successo, documentata dal fatto che sono oltre 3,5 milioni i sistemi Rts già installati nel mondo.

L'impiego della frequenza di 433,42 MHz, invece di quella utilizzata dai sistemi di trasmissione standard di 433,92 MHz, ormai sovrappollata, consente un funzionamento assolutamente libero da interferenze (derivanti da altri servizi), con un aumento dell'affidabilità e delle prestazioni.

Infine, l'impiego del sistema di ricezione supereterodina consente di aumentare la selettività della parte ricevente, eliminando segnali di disturbo indesiderati e, quindi, migliorando ulteriormente le caratteristiche complessive.

Al centro della presentazione di Fioretti, il nuovo motore Oximo Rts, la gamma dei telecomandi e nuovi accessori come Sunis, il primo sensore solare autonomo grazie a una cellula fotovoltaica inserita al suo interno. Questa soluzione ne consente il posizionamento assolutamente libero, senza fili e senza manutenzione. Nuovo anche il sensore per vento, da applicare direttamente sul terminale delle tende da sole.

Saper comunicare per saper vendere

La seconda parte del corso ha riguardato aspetti per così dire relazionali, ovvero: come migliorare la vendita delle chiusure motorizzate con l'obiettivo di trasformare le caratteristiche tecniche del prodotto in benefici commerciali e motivazioni d'acquisto. Nel "mirino" di Giovanna Adelizzi, le tecniche di vendita: occorre, infatti, capire le esigenze del cliente, vendere servizi e non solo prodotti, saper negoziare in maniera efficace, seguire il cliente nel post vendita - anzi, come lo ha chiamato, nel "post-acquisto" - per mettere al primo posto proprio il cliente e non la "nostra" vendita.

E ha proposto quanto visto scritto su un cartello di un autolavaggio: "se siete soddisfatti, ditelo agli altri; se non lo siete, ditelo al gestore".

Ecco l'importanza del passaparola positivo e di saper ascoltare davvero il cliente, interagendo con lui e sviluppando la capacità di relazionarsi per offrire l'immagine del vero professionista.

