

InBici

InBici

Rivista per ciclisti, InBici Magazine, Passione sui Pedali

Claudio Brusi: Frw rivoluziona il mercato

edinet · Sunday, September 22nd, 2013



L'AZIENDA RAVENNATE FRW LEADER NELLA PRODUZIONE DI BICICLETTE RINNOVA LE STRATEGIE COMMERCIALI E DI VENDITA COINVOLGENDO I PROPRI RIVENDITORI IN UN PROGETTO INNOVATIVO DENOMINATO E-CORNERS FAVORENDO COSI' L'ACQUISTO AL CONSUMATORE FINALE CHE POTRA' BENEFICIARE INOLTRE DI VANTAGGI ECONOMICI IMPORTANTI

Con un occhio al futuro (internet) ed uno alle tradizioni (la rinomata artigianalità italiana), nasce il nuovo portale web dell'azienda Freewheeling (www.freewheeling.it), un e-corners consacrato alla bicicletta realizzato in sinergia con Dacs.

Molteplici e allettanti le finalità del progetto: allestire uno show-room delle due ruote aperto 24 ore su 24, mettere in rete – dopo una rigorosa selezione – i più prestigiosi punti vendita italiani, rilanciare su alti standard qualitativi il mercato dell'usato e offrire ai rivenditori una soluzione efficace al problema atavico del magazzino e delle giacenze.

Ideatore di questo progetto, che nasce da una rivoluzionaria filosofia commerciale calibrata in base alle nuove dinamiche del mercato, è – neanche a dirlo – Claudio Brusi, cuore e cervello della Frw che, ancora una volta, con le stigmate del precursore, propone al mondo delle biciclette un'iniziativa di assoluta avanguardia.

Claudio Brusi, Freewheeling si appresta ad inaugurare qualcosa di più del "solito" portale e-commerce...

“In effetti, dietro a questo progetto c'è una nuova filosofia commerciale che nasce da una lettura attenta ed obiettiva delle mutate esigenze del mercato. Sul portale verrà caricato l'intero listino dell'azienda con foto e descrizione di ogni prodotto, ma sarà soprattutto una piattaforma web costruita in partnership con i rivenditori presenti sul territorio italiano”.

Come funzionerà?

“Sarà un vero e proprio network di aziende che metteranno in rete tutti i loro campionari, dalle ultime novità all’usato. L’utente effettuerà l’acquisto del prodotto online e, a quel punto, avrà due opzioni: farselo spedire a domicilio oppure ritirarlo di persona presso uno dei rivenditori indicati dal portale. Ed è evidente che lavoreremo affinché l’acquirente scelga sempre questa seconda possibilità”.

Perché, dopo un acquisto online, il ritiro dovrebbe avvenire in negozio?

“Perché un conto è farsi recapitare a casa un pacco spersonalizzato con qualche pezzo da assemblare, un altro è farsi consegnare la bicicletta direttamente dalle mani di un meccanico specializzato che, anche sul piano della consulenza, può offrire consigli importanti. C’è chi interpreta la vendita online come il punto finale di una trattativa, per noi invece sarà l’inizio di un processo di fidelizzazione del cliente. La novità del progetto è proprio nel suo obiettivo, che è quello di abbattere le distanze dell’e-commerce e usare internet per portare clienti nei negozi”.

Come si entra a far parte di questo network?

“A monte c’è stata una selezione rigorosa, perché è evidente che il portale non può essere aperto a tutti. Freewheeling ha sempre avuto come mission aziendale la ricerca della massima qualità e dunque è evidente che i nostri partner dovranno avere un’adeguata certificazione. Non cerchiamo vetrine luccicanti con prodotti omologati e di scarsa qualità, ma officine meccaniche specializzate, negozi in cui si respira, da anni, una grande cultura della bicicletta”.

Già, ma i costi di affiliazione...

“Assolutamente simbolici: 500 euro all’anno. E con 250 euro in più si acquista anche la targa di rivenditore ‘gold’, che consente di inserire nel portale il sito internet personale del punto vendita. Un modo semplice e sicuro per aumentare la propria visibilità e moltiplicare i contatti”.

Che tipo di risposta ha avuto dal mondo dei rivenditori italiani?

“L’idea è concettualmente rivoluzionaria e, come tale, ha bisogno dei suoi tempi per decantare. Puntare così decisi sulle sconfinata potenzialità della rete è normale per le nuove generazioni cresciute a pane & internet, ma permane qualche resistenza, soprattutto tra i rivenditori storici che magari non hanno mai tenuto in mano un mouse. Io credo, in ogni caso, che il mercato non abbia scelta: non percorrere oggi la strada dell’e-commerce vuol dire rinunciare, a priori, ad una fetta importante del nostro mercato. E in tempi di crisi è un lusso che non possiamo permetterci”.

E per l'utente finale quali benefici si prospettano?

“Direi enormi, perché – comodamente seduto a casa sua – avrà l’opportunità di sfogliare un catalogo di proposte praticamente illimitato, corredato da immagini e, ovviamente, da schede tecniche dettagliatissime. E anche sul piano economico è evidente che, di fronte ad un campionario così ricco, troverà sempre ciò che cerca. Anche perché, per molti articoli, il prezzo sarà il più basso del mercato mondiale. Inoltre, il fatto che il ritiro della bicicletta possa avvenire direttamente in negozio gli garantirà anche quell’assistenza che, di solito, acquistando una bici online in Giappone o Usa, non avrà mai”.

Tra gli obiettivi di Freewheeling c’è anche la soluzione del problema del “magazzino”, ovvero delle rimanenze aziendali ormai fuori mercato...

“Oggi siamo in grado, come Frw, di assorbire gran parte dei magazzini dei nostri rivenditori, acquistandoli con offerte economiche o permutandoli con prodotti dei nostri nuovi campionari. Il nuovo portale, in questo senso, garantirà un dialogo costante fra rivenditore e ‘casa madre’, rendendo frequenti anche questo genere di trattative”.

Dunque, l’obiettivo è creare un grande “mercato globale della bicicletta” in grado di aumentare, d’incanto, il portafoglio clienti di tutti i rivenditori?

“Credo che questa, in fondo, sia una necessità vitale ormai per tutti. La crisi ha picchiato duro anche nel nostro settore ed il rischio è che si disperdano professionalità di prim’ordine. Ecco perché è necessario “fare rete”. Questo progetto, pensato non solo per gli interessi di Frw ma per il rilancio dell’intero settore del ciclo, vuol essere un argine contro la crisi, rilanciando in maniera organica l’intero mercato della bicicletta italiana che, non va dimenticato, ha fatto scuola nel mondo”.

Fonte iNBiCi magazine Mario Pugliese



This entry was posted on Sunday, September 22nd, 2013 at 12:00 am and is filed under [News](#). You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can skip to the end and leave a response. Pinging is currently not allowed.

