

di SUSANNA DE CIECHI

Punto vendita

NUOVI SPAZI

quale showroom per l'architetto?

Del resto la quota dei rivenditori edili tentati dal mondo delle finiture tende ad aumentare perché ormai è evidente l'interesse del privato nei confronti delle possibilità offerte dalle grandi sale mostre che propongono di tutto e di più. Anche per i progettisti può essere conveniente avere un solo centro di riferimento per coordinare tutte le scelte inerenti la gestione del cantiere. Un modo per risparmiare tempo, il bene "più di lusso" che ci sia.

Tuttavia, i progettisti sono abituati al rapporto con il rivenditore specializzato, ma gli specializzati salvo alcune eccezioni, sono tutti di piccola dimensione e questo è un limite.

Le rivendite edili devono impegnarsi per conquistare l'architetto, cliente strategico che, una volta fidelizzato, garantisce un flusso di vendite e di contatti interessanti e, solitamente, porta un tipo di clientela che dal punto di vista dei pagamenti difficilmente crea problemi. Ma la sala mostra oggi è all'altezza delle aspettative del progettista?

Infatti, il punto vendita dovrebbe funzionare come un'estensione dello studio personale dell'architet-

to, un luogo ove può portare il suo cliente e avere la disponibilità di una consulenza professionale di elevato livello nel momento in cui la richiede e di servizi adeguati che vanno dal pre al post vendita.

Ora la domanda è: i modelli di showroom presenti oggi sul mercato sono adeguati a soddisfare le esigenze del progettista in tema di porte e finestre? Quali sono i punti di forza e di debolezza dei diversi canali in relazione alle esigenze di questo particolare utente? Da chi preferisce andare il progettista: dal produttore, dall'artigiano, dallo specializzato o presso la rivendita edile?

Abbiamo dettagliato i quesiti a tre architetti, liberi professionisti, ciascuno con un bagaglio di esperienze ultradecennale nell'acquisto di porte e finestre per cantieri sia nel nuovo che nella ristrutturazione: Livia Curti e Claudio Sangiorgi sono di Milano mentre Danilo Luigi Giaffreda lavora a Taranto.

A volte le opinioni espresse possono risultare scomode alternativamente per ciascun canale,

ma sono comunque interessanti e consentono di capire cosa serve per conquistare questo cliente così "speciale".

Intanto chiariamo: l'architetto preferisce il negozio monomarca, emanazione dell'industria, l'artigiano che commercializza anche prodotti finiti, il distributore puro che offre una scelta di prodotti più ampia, magari la sala mostra della rivendita edile?

Claudio Sangiorgi: "Non amo rivolgermi al negozio del produttore per gli acquisti di porte e finestre, ma preferisco la rivendita che propone più marchi. Per me è un centro di competenza tecnica che, una volta che si è stabilita una giusta relazione, può darmi delle informazioni riservate e oneste che dall'industria non avrei. Mi può indirizzare, infatti, su una produzione piuttosto che su un'altra in relazione alle specifiche esigenze di ciascun cantiere e mi permette di avere un panorama più ampio sull'offerta generale. Inoltrando la relazione è di solito basata su un rapporto

Le rivendite edili e gli Its guardano con interesse al canale dei progettisti che hanno come referente il privato e tutti, chi più chi meno, sono alla ricerca di nuovi format per la proposta di materiali di finitura indirizzati all'architetto anche in relazione allo sviluppo del business legato ai serramenti



Claudio Sangiorgi

architetto



Livia Curti

architetto



Danilo Luigi Giaffreda

architetto

fiducia che produce uno scambio di pareri tecnici obiettivi".

Livia Curti: "Preferisco lo showroom pluri-marca e credo fortemente che la specializzazione sia fondamentale per il punto vendita. Nello stesso negozio devo trovare porte per interni, blindate, serramenti. Non mi piace, in linea generale, visitare i grossi centri edili dove puoi trovare tutto. A mio avviso in questi posti c'è troppo e gli addetti sono carenti nella formazione, troppo generalista e poco specifica. Inoltre la quantità confonde le idee, induce il cliente a disperdere l'attenzione e rallenta i tempi di scelta. Diversa è la vendita di porte legata a quella di elementi d'arredamento, è accettabile, ma non bisogna esagerare. Ogni scelta da parte del cliente deve essere monotematica, egli deve potersi concentrare per effettuare una valutazione consapevole".

Danilo Luigi Giaffreda: "Lo showroom specializzato è in grado di offrire un servizio completo, dalla prima informazione al post vendita e il progettista si può sentire tutelato e assistito lungo l'intero iter dell'ordine, fino alla consegna e oltre, fino ai problemi che possono insorgere in un secondo momento. Ciò non può mai avvenire nel caso di acquisti fatti presso una ditta artigiana dove è l'architetto che deve fornire le indicazioni giuste per avere un prodotto di un certo tipo e spesso lo stesso non coglie l'obiettivo perché con costoro c'è sempre un ampio margine di rischio di non puntualità nella soddisfazione delle richieste d'ordine tecnico. La massima specializzazione si esprime solo in showroom dedicati e le grandi sale mostra, sorta di bazar edili, non mi convincono. Io sono per la massima separazione delle competenze".

Allestimento dello showroom è all'altezza delle aspettative del progettista?

Livia Curti: "Visitando gli showroom capita di trovare qualche negozio all'avanguardia nell'impostazione del layout: qualcuno è dotato di un impianto scenico strepitoso, molto impattante, ma si tratta di eccezioni e generalmente fanno

riferimento a punti vendita della produzione. Spesso il distributore "normale" che propone più marche, (un dato questo che di per sé è positivo) presenta porte e finestre in modo scontato, noioso, per nulla emozionante. Poche volte ho incontrato delle rivendite curate ove è possibile avere una panoramica dei prodotti in modo adeguato. Al contrario è frequente visitare un punto vendita che offre una varietà di marchi all'interno di un impianto espositivo inadeguato a tal punto che preferisco evitare di portare i miei clienti".

Danilo Luigi Giaffreda: "Il layout della sala mostra è importante anche perché visitando il negozio si ha l'occasione di valutare in modo aderente alla realtà prodotti che talvolta scopriamo essere diversi rispetto a come li abbiamo conosciuti at-

Lo show room a volte è anche il luogo deputato allo svolgimento di eventi, presentazioni pensate per attirare l'attenzione di progettisti, designer, della stampa e di potenziali clienti. In alcuni casi ospita anche incontri organizzati in collaborazione con aziende della produzione

traverso l'immagine pubblicitaria. Inoltre l'osservazione diretta di alcuni dettagli tecnici ci permette di escludere qualsiasi sorpresa. Per mia regola non porto mai il cliente presso uno showroom fino a quando sono sicuro delle garanzie che il rivenditore mi offre e anche in questo caso la sua visita non è una prassi consueta. Capita spesso, infatti, che i clienti scelgano a catalogo, su mia indicazione, ciò che serve".

Claudio Sangiorgi: "Il layout conta molto in rapporto alla presentazione del prodotto al cliente. Per questo mi comporto in modi diversi a seconda dei casi: quando faccio ordini diretti acquisto sempre presso una rivendita che, a mio parere, ha un allestimento non adatto per il confronto con il privato. Infatti, anche se preferisco non portare nessun cliente, tuttavia mi serve molto bene e propone un servizio eccellente. Al contrario se

devo accompagnare il cliente negli showroom cerco di individuare punti vendita già collaudati che ritengo idonei nel tipo di proposta per il mio committente".

Al di là della bella esposizione cosa offre lo showroom all'architetto?

Danilo Luigi Giaffreda: "Il negozio deve proporre una selezione di marchi noti e garantiti che assicurino comunque la scelta di un prodotto ineccepibile dal punto di vista costruttivo e prestazionale rispetto al quale il progettista può anche limitarsi a esprimere una valutazione puramente estetica. Questo tipo di proposta mi dà sicurezza e mi risparmia tempo. L'offerta merceologica dello showroom, limitata ai serramenti interni ed esterni

è perfetta, non mi interessa che ci siano altri prodotti. Le chiusure rappresentano il settore estremamente specializzato quindi devono seguire un proprio percorso senza mescolarsi ad altri prodotti".

Claudio Sangiorgi: "Negli showroom quasi sempre ci si trova a interagire con persone che hanno una buona competenza tecnica e una relativa oggettività nell'esprimere giudizi. Faccio sempre riferimento alle rivendite specializzate mentre è diverso

la mia valutazione rispetto ai centri edili che propongono ampie gamme merceologiche, comprese porte e finestre. Essi disorientano il cliente, fanno perdere tempo coinvolgendomi magari in discussioni su materiali che non interessano, inoltre l'ampiezza della gamma merceologica va a discapito della qualità e della puntualità dell'informazione. Anche l'artigiano che commercializza non garantisce un riferimento certo nel rapporto con la produzione. La rivendita ha una maggiore capacità anche politica di gestione del rapporto con la produzione. Questo al singolo artigiano manca di solito non mi consente di verificare una pluralità di scelte".

Livia Curti: "Lo showroom offre quasi sempre un servizio di consulenza di buon livello, infatti, quanto riguarda la professionalità degli addetti alla vendita devo dire che poche volte mi so-

Il punto vendita è il luogo in cui orientare il cliente nella scelta attraverso la comparazione diretta di soluzioni alternative inedite per il cliente. Per questo occorre definire un'offerta in grado di caratterizzarsi in modo specifico, ad esempio, attraverso l'innovazione tecnologica e il design, anche per offrire al cliente-progettista la possibilità di differenziarsi a sua volta presso i suoi clienti

trovata di fronte a persone non preparate. Del resto è positivo anche il mio giudizio per quanto riguarda il servizio, un aspetto della vendita che, a mio avviso, è strettamente correlato con la qualità del servizio offerto a monte dal produttore. Infatti, ho incontrato sempre distributori molto preparati e disponibili nel far fronte a qualsiasi imprevisto di cantiere. A volte l'errore, se c'è, dipende palesemente dalla produzione e qui entrano in gioco la capacità di reazione dell'industria che può rischiare di mettere in crisi il rapporto tra progettista e distributore. I miei fornitori abituali, tutti soggetti che ho selezionato negli anni, mi seguono molto bene".

Specializzazione, un'ambientazione dei prodotti curata, professionalità e servizio ineccepibili. Che altro c'è da aggiungere?

Claudio Sangiorgi: "La gamma di solito è più che adeguata. Vorrei trovare, e non trovo mai, l'esposizione di tutte le tipologie di porte. Ad esempio, usano molto le porte rasomuro, bellissime e apparentemente "facili", spesso creano grossi problemi nella posa. Anche le porte scorrevoli interno ed esterno muro dovrebbe essere mostrate nel dettaglio tecnico compreso le soluzioni riferite alle chiusure che vanno a definire le cabine armadio. La possibilità di visionare al meglio questi prodotti offre al cliente una scelta senza incertezze e permette al progettista di valutare piccoli dettagli tecnici utili da verificare da vicino: battute, cerniere, meccanismi".

Livia Curti: "L'assortimento potrebbe essere ulteriormente migliorato per soddisfare anche esigenze particolari: la porta antica, la porta decorata, il pezzo che si deve differenziare nella casa. Ecco, tutto ciò è irripetibile presso il distributore. In questi casi devi rivolgerti o indirizzare il cliente presso antiquari o mercatini vari per soddisfare richieste che non sono poi così singolari: i negozi dovrebbero attrezzarsi, attivare dei contatti.

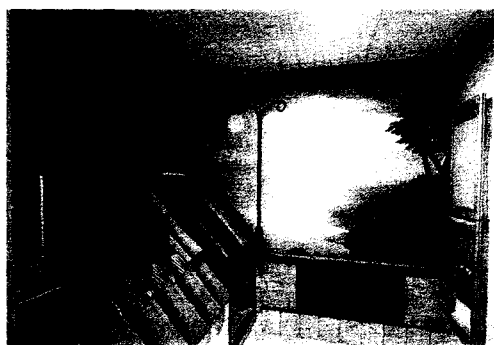
Tutto questo discorso è diverso se, invece, facciamo riferimento solo alle finestre. In questo caso il rivenditore mi offre la possibilità di avere diversi

campioni relativi alle differenti tipologie. Spesso il cliente sceglie in studio senza neppure recarsi presso l'espositore. Si tratta di un prodotto tecnico e alcuni aspetti della scelta sono delegati al professionista".

Daniilo Luigi Giaffreda: "Il servizio è a buon livello e l'offerta di marchi affermati è una garanzia. Noi architetti pilotiamo le scelte del cliente e cerchiamo di veicolare su prodotti in cui crediamo molto l'aspetto estetico e funzionale. Ma tutt'altro che importante potersi relazionare con rivenditori realmente impegnati nel soddisfare le esigenze di ciascuno dei nostri cantieri offrendoci sia l'assistenza che l'attenzione dovute. Questo è un valore fondamentale che devono offrirci tutti i distributori che mi seguono per ciascuna categoria di prodotti. Ormai negli anni ho selezionato venditori che meglio rappresentano le mie esigenze. Essi sono diventati per me dei precisi riferimenti in ciascuno nel proprio ambito di specializzazione e hanno saputo creare un rapporto di fiducia per cui sono disposto a spostarmi, e anche a recarmi, per raggiungerli. Il tipo di relazione che è instaurato mi consente di essere tranquillo nel mio lavoro e mi evita perdite di tempo".

LO SHOWROOM VICENTINE

Un fatto è certo: lo showroom è concretamente un luogo di lavoro anche dell'architetto che accompagna i clienti per illustrare le caratteristiche e i dettagli di una scelta progettuale precisa. Per quanto riguarda porte e finestre, ad oggi il venditore specializzato è il soggetto che meglio altri è in grado di soddisfare le sue aspettative. Per garantire la piena soddisfazione del cliente fino al momento di acquistare. Per i nuovi attori della distribuzione la strada è in salita, ma è solo una questione di tempo. Una volta acquisite le competenze tecniche approfondite che, al momento, rappresentano il vero limite del rivenditore edile nel soddisfare una domanda che ha caratteristiche di completezza particolari come quella espressa dal progettista, la competizione sarà più aperta.



SPAZIO AI SENSI
Alcuni esempi delle diverse modalità di esposizioni delle porte e finestre all'interno degli showroom. Nelle varie ambientazioni, dall'alto, C.T.E., Kimono e Gorlini, risaltano le caratteristiche dei prodotti.