

Posizionamenti di successo per installatori elettricisti

Clienti a flotte e prezzi alti per i prodotti e i servizi venduti: una situazione che molti imprenditori di PMI possono solo sognare.

Molte piccole e medie imprese del comparto elettrico lamentano clienti in fuga e una crescente pressione sui prezzi. Il posizionamento ha un nesso diretto con entrambi i temi. In occasione dei convegni regionali annuali aae, il coach aziendale Martin Aue ha esposto una relazione per Wago dal titolo: «L'automazione degli edifici come caratteristica distintiva – posizionamento vincente per l'elettricista». L'aae ha intervistato lo specialista del marketing delle PMI.

Come fa un imprenditore a prender coscienza del posizionamento nella sua attività?

Chi scrive offerte e non riceve incarichi, non ha un buon posizionamento. Conosco sempre più imprenditori che fanno calcoli tutto il giorno per poi dover accettare una misera quota di offerte del 10-20%. Con un buon posizionamento si può ambire a una quota di ben oltre il 50%. Confrontando il prima e il dopo, vedo valori che si raddoppiano. Anche la difficoltà dell'imprenditore a imporre i suoi prezzi può essere indice di un problema di posizionamento. Sia quote basse di offerte accettate sia la pressione sui prezzi sono segni di comparabilità; quest'ultima poi è il contrario di posizionamento. Chi è ben posizionato, si distingue dai suoi concorrenti e questo – elemento per altro decisivo – secondo l'opinione dei suoi clienti.



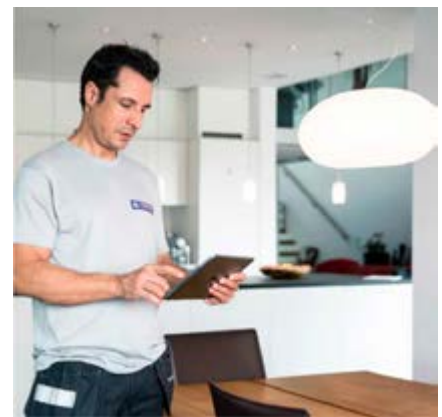
Perché il posizionamento è più importante per le PMI che per le grandi aziende?

I grandi operatori del mercato sono in grado di posizionarsi già soltanto per le loro dimensioni. E quando non è possibile un'esclusiva, può sortire lo stesso effetto molta pubblicità stampata. Il risultato è che gli interessati a un settore non possono fare a meno di imbattersi in un determinato fornitore. Per le PMI rimane solo la strada della specializzazione. In un mercato specifico o per un servizio ben preciso è necessario dire: in questo siamo forti perché ci distinguiamo dagli altri. In questa nicchia l'azienda è in grado di farsi largo. Ne conseguono un livello di prezzo più alto o meno sconti nonché richieste più specifiche da parte dei clienti.

Nel processo di specializzazione si incontrano difficoltà?

Il problema è che molti temono che lo specializzarsi in determinati settori o temi implichi la perdita di clienti. Ma succede proprio il contrario. È quando non si distinguono dai loro concorrenti che le PMI perdono i loro clienti. Molti tuttora fanno offerte comparabili. Per il cliente è difficile fare distinzioni tra questi negozi con accozzaglie di merci. Mancando gli argomenti a favore o contro l'uno oppure l'altro, il confronto avviene solo in base al prezzo. Questa situazione è presente già da molto tempo. Negli ultimi anni, però, si sono aggiunti anche due fattori che hanno reso il confronto ancora più facile: la globalizzazione e l'uso di internet da parte dei clienti.

«Un buon posizionamento aumenta la quota di offerte accettate», ha affermato il coach aziendale Martin Aue ai Convegni regionali 2017.



Il settore dell'automazione domestica è una buona possibilità per distinguersi dai propri concorrenti.

Novità: Corso gratuito per elettricisti

L'automazione degli edifici è sostenibile, efficiente dal punto di vista energetico e aumenta il comfort. Per questo motivo Home Automation è un'opportunità unica per gli elettricisti che vogliono specializzarsi. Novità Wago per gli elettricisti: corso gratuito easyHOME in azienda, di un valore di CHF 300.-. Trovate il buono su www.wago.ch.
(offerta valida fino al 31 marzo 2017)

Contatto:

WAGO Contact SA, 1564 Domdidier
Tel. 0840 200 750, fax 026 676 75 01
info.switzerland@wago.com, www.wago.ch

