

GRUPPO MADE ENTRA NEL MERCATO DEI SERRAMENTI

Porte aperte alle nuove opportunità

La differenziazione dell'offerta è uno dei principi fondamentali sui quali si basa lo sviluppo delle rivendite. Gruppo Made propone oggi alle rivendite aderenti un servizio nuovo. Si chiama "Made Next" e mette a disposizione dei distributori Made tutto il know-how che serve per rispondere alle esigenze dei loro clienti per quanto attiene al settore dei serramenti e degli infissi. Attraverso la collaborazione di professionisti e serramentisti fra i più qualificati del settore, il distributore Made può quindi contare su servizi di consulenza che spaziano dal layout del punto vendita alla scelta della gamma (è previsto un kit di partenza), fino all'assistenza per le fasi di misurazione e di posa, con la tranquillità di offrire sempre un prodotto certificato e di assoluta qualità, oltre a un servizio in cantiere davvero completo. "Made Next", in linea con le tendenze del mercato, offre al cliente del punto vendita Made una scelta quanto mai varia nelle diverse tipologie di

materiali: alluminio, alluminio-legno, legno e pvc. A sostegno dell'attività di vendita Gruppo Made, oltre alla realizzazione del catalogo dei prodotti e delle soluzioni, ha previsto un adeguato programma di



formazione tecnica e normativa destinato alla qualificazione anche normativa del personale destinato allo showroom di porte e finestre.

Fra gli strumenti che agevoleranno al massimo il compito del rivenditore Made, il Gruppo ha realizzato un particolare software attraverso il quale è possibile realizzare i preventivi in tempo reale, inserendo nei dettagli del progetto le caratteristiche del prodotto dell'offerta "Made Next".

Con questa nuova iniziativa Gruppo Made intende favorire una reale opportunità di ampliamento della gamma dell'offerta all'interno dei punti vendita, molti dei quali, peraltro, già propongono il serramento ai loro clienti, anche se non sempre in modo particolarmente strutturato.

Chiara Toselli

DEUS SI ESPANDE NEL CENTRO ITALIA

Strategia anticrisi per crescere

Il Gruppo d'acquisto materiali edili di Verona, già forte dei suoi 80 punti vendita organizzati nel Nord Italia e Marche, affronta la crisi aumentando la propria area di distribuzione e assicurandosi una importante presenza anche nel Centro Italia, con 7 nuovi punti vendita nel Lazio e 13 in Toscana. Ingressi recenti sono il nuovo associato Area 7 (Lazio) e l'affiliato GEF (Toscana). Una partnership costruttiva con i due nuovi aderenti, che si inseriscono in una realtà, quella di Deus, che ha saputo costruire negli anni una forte identità di Gruppo, attraverso eccellenza organizzativa e presenza sul mercato. Ma non è l'unico impulso innescato da Deus per passare il guado della crisi e rilanciare,



presente un aumento delle occasioni di acquisto del prodotto. Uno strumento tecnico rivolto alle imprese, ai liberi professionisti, ma anche per l'utente finale. Un catalogo maturato proprio nella mission di Deus, in quella idea di sviluppo di una business community che oggi molto può fare per stimolare la ripresa e aprire al futuro. Deus quindi affronta il 2010 con maggiore incisività sul territorio, puntando sempre gli occhi



fiduciosi. Dopo il successo del biennio precedente viene riproposta quella che è stata e continua a essere un'iniziativa unica nel panorama dei gruppi d'acquisto: il "Catalogo Deus". Una vera e propria vetrina che nella sua prima edizione ha portato a ciascun produttore

sulla qualità (scegliendo quei produttori che rispondono a precisi standard qualitativi) e assicurando un servizio al cliente fatto non solo di precisione e tempi rapidi ma anche di condivisione di conoscenza e informazioni.

Nadia Ferrari