



I Gruppi d'acquisto soci ANGAISA si interrogano su quale sia la strategia migliore per aiutare i propri associati a cogliere le varie opportunità che offre il mercato

a cura della redazione

È tempo di cambiare

L

La pandemia da Covid-19 ha giocato un ruolo in molti dei cambiamenti avvenuti nella nostra società e nei mercati. Gli ultimi anni si caratterizzano per un forte dinamismo, in seguito alla scomparsa di alcuni *player* e alla comparsa di nuovi gruppi. Tale dinamismo è la prova che il modello precedente ha necessità di essere adeguato ai tempi. Per questo motivo anche il tradizionale Gruppo d'acquisto ha mutato le iniziali competenze che lo vedevano incentrato nella massimizzazione degli acquisti, attraverso prezzi vantaggiosi e prodotti a marchio.

I Gruppi d'acquisto si impegnano, inoltre, nel fornire anche servizi e formazione ai propri associati. La redazione ha intervistato alcuni coordinatori di Gruppo d'acquisto membri di ANGAISA, per meglio interpretare le trasformazioni in atto.



STEFANO VERMIGLIO

Il difficile rapporto tra formazione e web

NEST GROUP Rete

La fusione di DATA DISTRIBUZIONE, GRUPPO ITSR e DISTRIBUZIONE ATTIVA riunisce gli imprenditori del nord-est nella rete d'impresa NEST GROUP Rete, una realtà che conta 17 aziende. Una rete capillare che riunisce 32 punti vendita con oltre 350 addetti e un team di specialisti accreditati. Nest Group si impegna nella distribuzione di qualsiasi tipologia di prodotto per i settori dell'idraulica, condizionamento, sanitario, riscaldamento, pavimento, irrigazione, rivestimenti, arredo bagno ed energie alternative.

La rete d'impresa Nest Group nasce nel 2016 con una strategia basata sulla massimizzazione della convergenza abbinata alla riduzione del numero di fornitori. "Questo ci ha portati ad avere già lo scorso anno una media di convergenza dell'83,5% con un parco di circa 100 fornitori", aggiunge **Stefano Vermiglio**, Coordinatore di NEST GROUP Rete. Il percorso è stato abbastanza impegnativo, perché i retisti hanno dovuto affrontare cambi di fornitori importanti. Il livello di soddisfazione raggiunto con i fornitori scelti ha facilitato la rinegoziazione degli accordi sottoscritti precedentemente in occasione del Covid-19. Nest Group non ha focalizzato la propria strategia nella ricerca esasperata dei volumi, ma nell'andare ad aumentare la presenza dei propri fornitori all'interno delle aziende, ampliando il mix prodotti e quindi anche la profondità di gamma presso le aziende retiste. La pandemia ha costretto a ripensare anche le attività di formazione. "Presso la nostra sede abbiamo anche un importante centro di formazione, rivolto verso il personale e non verso la clientela. Nel formare la clientela ogni azienda retista opera autonomamente individuando la metodologia più adatta per la propria realtà", spiega il Coordinatore del gruppo. Con le disposizioni legate all'emergenza sanitaria, il Gruppo ha ripiegato sulla formazione online. Dal momento che gli strumenti digitali, diventati ormai di uso quotidiano, favoriscono poco la concentrazione, è stata presa la decisione di ridurre l'intensità dei piani di formazione. La novità 2020 è stata quella di approcciare al mondo digitale in modo un po' diverso, lanciando un sito dedicato al marchio privato dei prodotti estetici dell'ambiente bagno (Knip) e promuovendo una campagna di web marketing con lo scopo di veicolare utenti finali all'interno degli *showroom* oltre che di aumentare la diffusione

del brand. Il programma partito alla fine dello scorso anno ha già dato dei buoni riscontri in termini di richieste di contatto e di avvicinamento agli *showroom*. L'obiettivo della convergenza e il percorso comune dei retisti, se da un lato possono apparire come possibili ostacoli per nuovi aderenti, dall'altro garantiscono livelli di premialità e strategie a oggi vincenti.

"Il nostro settore rimane sempre molto conservatore e quindi l'idea di cambiare i propri fornitori, anche di fronte a vantaggi non solo di natura economica, è molte volte un ostacolo al cambiamento", secondo Stefano Vermiglio.



“L'attività di formazione è uno dei servizi in cui abbiamo sempre creduto maggiormente”

*Stefano Vermiglio,
NEST GROUP*

“Tavola rotonda con i Coordinatori dei Gruppi d'acquisto per analizzare l'evoluzione dei Gruppi stessi”

