



COMPETERE SUL RAPPORTO CON IL CLIENTE!

Una bella realtà con tre magazzini edili e tre showroom ha festeggiato i suoi primi cinquant'anni contrassegnati da un successo in crescita anche grazie all'offerta selezionata e innovativa di finiture con cui mantiene vivo il rapporto con la clientela.

Tra i momenti topici nella storia di Edilcasa Caccamo, quello che ha impresso la svolta è l'entrata nella società della famiglia Eustacchi, quando nel 1963 l'originaria azienda per la produzione di gesso nero, poi di calce idraulica e polvere, avvia il commercio di materiali edili. Da qui inizia a delinearsi il profilo di quella che oggi è una bella realtà delle Marche, dove ha sede, e dell'Umbria dove è presente con una filiale, che non si è mai adagiata sui ri-



ESTETICA E PROFESSIONALITÀ

«Lo showroom deve essere bello e il personale molto preparato, ma resta fondamentale interessarsi "sinceramente" del cliente e delle sue esigenze in modo che si senta sempre protagonista»

CLAUDIO EUSTACCHI
presidente di Edilcasa Caccamo



Lo showroom di Civitanova Marche, una bella sala mostra di circa 500 metri quadrati su due piani, è stata pensata come una "antologia" di facile lettura per il mondo dell'architettura e della progettazione

LE SINERGIE AIUTANO A SVILUPPARE LE VENDITE

Ci sono **sinergie tra i punti vendita** della società che costituiscono un tutt'uno, grazie all'interscambio e alla collaborazione tra addetti alle vendite e collaboratori esterni anche di sedi diverse. «Perché facciamo in modo che tutti possano vendere tutto formandoli su una gamma più vasta possibile di **materiali sia da interno sia tecnici per edilizia** - fa notare Claudio Eustacchi -. Pertanto tutti sono in grado di portare avanti una trattativa con l'aiuto di altri, quando serve. Questo modo di operare ha sempre funzionato molto bene e anche se fisicamente i punti vendita sono divisi, in realtà sono uniti da sinergie fortissime, sia sulle imprese che sul privato».



Per dare la massima libertà creativa agli architetti, sono utilizzate "ambientazioni allargate", nel senso che non ci sono box che ripropongono singoli ambienti domestici

CINQUANT'ANNI DI GRANDE VICINANZA AL TERRITORIO!

Edilcasa Caccamo mantiene forte il **legame con la clientela e con il territorio** anche grazie all'organizzazione di **manifestazioni ed eventi** coinvolgenti come quelli organizzati il 28 e il 29 giugno u.s. per la celebrazione del cinquantennale della società che hanno coinvolto numerosi fornitori, tecnici e professionisti nel convegno **"Tra arte ed ecologia, nuove frontiere dell'architettura e dell'edilizia. Incentivi fiscali sulle ristrutturazioni e risparmio energetico"** durante il quale rappresentanti del mondo accademico e industriale, tra cui Eusebio Gualino, amministratore delegato Gessi, e Giorgio Squinzi, presidente di Confindustria e amministratore unico di Mapei, hanno dibattuto temi "caldi" in questo momento, mentre un grande pubblico, clienti e non, ha preso parte alle due serate conviviali organizzate una presso il castello medioevale di Caldarola (Mc) e una in piazza a Serrapetrona (Mc) tra la degustazione di vini locali, visite guidate e spettacoli musicali.

sultati raggiunti. Anzi, ha continuato a investire per rinnovarsi e rinnovare l'offerta, sempre più ampia, selezionata e innovativa che propone in **tre magazzini edili e tre showroom**: a Serrapetrona (Mc) dal 1971 presso la sua sede storica, a Cascia (Pg) dall'1982 e a Civitanova Marche (Mc) dal 1991.

Nell'ottica di accogliere i clienti in location all'altezza delle loro aspirazioni, nel tempo gli showroom sono stati ristrutturati fino ad avere la "personalità" con cui ora si contraddistinguono sul territorio. Da tanti anni le finiture sono nell'offerta di questa società, certificata secondo le norme Uni En Iso 9001:2008.

«**Anticipare i tempi** è nel nostro Dna - afferma il presidente, Claudio Eustacchi - perché il nostro obiettivo è sempre quello di offrire ai clienti qualcosa in più, che sul territorio dove operiamo non c'è ancora». Così nel tempo a **pavimenti e rivestimenti** si sono aggiunti **sanitari, rubinetteria, arredo bagno, porte e serramenti, camini, colore, complementi di arredo e cucine**.

L'esposizione propone a un pubblico più esigente finiture selezionati tra le collezioni più particolari, innovative e di design

I vostri punti di forza sono diversi, ma qual è il segreto del vostro successo?

«Ritengo che il segreto stia nel **rapporto** che si crea **tra i nostri uomini e i clienti**. Lo showroom oggi deve essere bello e il personale molto preparato, ma resta fondamentale interessarsi "sin-ceramente" del cliente e delle sue esigenze, nel senso che il fine ultimo del nostro lavoro è concludere una vendita, però occorre fare in modo che il **cliente** si senta sempre **protagonista** e percepisca che ci mettiamo a sua disposizione per offrirgli un servizio e dargli soluzioni valide alle sue richieste».

Gli "uomini" sono fondamentali. Come li formate?

«Prestiamo la massima attenzione alla **formazione** di tutti i nostri **collaboratori**: otto venditori interni e cinque venditori esterni che formiamo a livello tecnico, cosa indispensabile, ma anche a livello psicologico, cercando di allenarli a entrare nella mentalità del cliente per soddisfare le singole esigenze in maniera personalizzata. Oggi è fondamentale far capire al cliente che **l'obiettivo della vendita è soddisfarlo pienamente**. È questo che rende il prezzo marginale e competitivo il rapporto». ♦

© RIPRODUZIONE RISERVATA