



Il caso Casa del Pneumatico

L'azienda, la sua storia, il contesto competitivo

Il Gruppo Casa del Pneumatico nasce dall'intraprendenza del suo fondatore Enzo Ravagli che, dopo anni di esperienza maturata lavorando presso Pirelli, ha aperto nel 1969, con un socio, il suo primo centro assistenza pneumatici a Bologna. Il fiorire dell'attività ed il successo di questo primo centro assistenza ha stimolato il signor Ravagli a tentare, verso la metà degli anni '70, una nuova sfida, inaugurando un secondo centro specializzato e poi un terzo dopo pochi anni, entrambi a San Lazzaro di Savena, in zone strategiche per gli spazi a disposizione e la vicinanza al centro abitato e a Bologna. Pochi anni dopo questi importanti investimenti, nel 1978, si scioglie il binomio con il socio storico: ad Enzo rimangono entrambi i centri di San Lazzaro, Casa del Pneumatico e Nuova Casa del Pneumatico, al socio il primo centro inaugurato, quello di Bologna. La prova della forza imprenditoriale e della capacità di anticipare le esigenze della clientela propria del Signor Ravagli si evidenzia con l'apertura, nel 1985, di una nuova sede nel centro di Bologna, AutoService Club. La novità risiede sia nei servizi offerti che nel layout che accoglie il cliente, dove tutti gli interni sono stati creati con "Arredo P" della

Pirelli (nero ed arancione) a struttura modulare, di forte impatto estetico. Da sottolineare che AutoService Club è stato il primo centro polivalente auto, dove al servizio vendita e assistenza gomme è affiancata l'officina meccanica. Questa scelta organizzativa, allora fortemente all'avanguardia, ha raggiunto il duplice obiettivo di soddisfare le richieste di una clientela esigente e con sempre meno tempo a disposizione e di aumentare i margini di guadagno dell'attività; ancora oggi è una delle poche realtà di questo tipo nel centro di Bologna.

La forza di tutte e tre queste realtà è, oltre alla tradizione decennale, il fatto che in esse viene dedicata alla qualità dell'assistenza al cliente la stessa attenzione e dedizione che è data alle performance tecniche.

La figlia di Enzo, Daniela Ravagli, anima commerciale e amministrativa dell'azienda da ormai 15 anni, afferma: "La valorizzazione della prestazione della manodopera e della qualità dell'assistenza è il valore aggiunto dell'artigiano".

Questi tre centri, Casa del Pneumatico, Nuova Casa del Pneumatico e AutoService Club, rispondono ad una strategia di diversificazione dei target di clientela che ha portato notevoli risultati:

	Sede	Superficie	Target Clienti	Attività
CASA DEL PNEUMATICO	San Lazzaro di Savena (BO)	2500 mq	40% piccoli clienti - vetture 40% aziende private 20% grandi clienti (Enti pubblici, grandi flotte in genere)	Assistenza e vendita pneumatici per vettura, fuoristrada, furgone, autocarro, movimento terra genio civile. Centro Key Point Pirelli; servizio assistenza con officina mobile 24h 7gg; servizio deposito pneumatici estivi e invernali.
NUOVA CASA DEL PNEUMATICO	San Lazzaro di Savena (BO)	1300 mq	70% piccoli clienti - motocicli 30% aziende private	Specializzata nella vendita ed assistenza pneumatici per moto e scooter; assistenza e vendita pneumatici per vettura, fuoristrada
AUTOSERVICE CLUB	Bologna	1200 mq	70% piccoli clienti - vetture 20% aziende private 20% grandi clienti (Enti pubblici, grandi flotte in genere)	Vendita ed assistenza pneumatici per vettura, fuoristrada, veicoli commerciali, moto e scooter. Officina meccanica precollaudi e revisioni, carica climatizzatori, bollino blu. Centro Key Point Pirelli.



Grazie ai continui investimenti in strumenti, attrezzature, sedi e formazione del personale, il gruppo Casa del Pneumatico non ha concorrenti nel territorio bolognese, né per dimensioni (un totale di 5000 mq per le tre sedi e 35 addetti complessivamente), né per tipologia di servizi né per la vasta gamma di prodotti utilizzati e venduti, sempre all'avanguardia e delle migliori marche.

Le chiavi del successo

Il successo dell'impresa nasce dalla valorizzazione continua del lavoro artigianale, attraverso un servizio

che si caratterizza per la massima professionalità e competenza tecnica, unite all'attenzione ai bisogni del cliente e agli stimoli provenienti dal mercato.

Daniela Ravagli sottolinea più volte come l'azienda sia cresciuta grazie allo spirito imprenditoriale e innovativo del suo fondatore: la ricerca della piena soddisfazione del cliente ha permesso a Casa del Pneumatico di diventare un punto di riferimento per una clientela esigente, che ricerca non solo la competenza tecnica ma anche soluzioni ad hoc, assistenza tutto l'anno, tempi di consegna ridotti al minimo, prezzi competitivi e consuntivi dettagliati e facilmente "leggibili". La forza e la tradizione dell'azienda vengono rinforzate da convenzioni con le maggiori case di pneumatici a livello mondiale: ciò garantisce il rispetto di standard di prestazione molto elevati, che prevedono la preparazione e l'aggiornamento continuo dei dipendenti, un'ampia gamma di prodotti offerti, l'utilizzo di apparecchiature e strumenti adeguati e all'avanguardia, la cura del cliente in ogni fase del processo di lavoro.



La certificazione qualif Michelin

Nel 2004 Casa del Pneumatico ha ottenuto la certificazione Qualità Michelin per il servizio assistenza 24h: "Fiore all'occhiello della nostra azienda è la Certificazione Qualità Michelin" dicono i titolari "è un riconoscimento che solo le migliori aziende del settore possiedono; l'assistenza 24h 7gg richiede notevoli investimenti sia per i costi di manutenzione delle officine mobili che per il personale qualificato, competente e disponibile a questo tipo di lavoro. Ma è un'attività in cui siamo leader e che ci piace continuare a fare bene".

La certificazione è prova del rispetto degli alti standard qualitativi richiesti all'azienda e una garanzia di affidabilità per tutti i clienti.



Il percorso di crescita manageriale

Il gruppo Casa del Pneumatico attraversa un momento particolarmente delicato perché sta assumendo le dimensioni e le complessità di una grande impresa: si avverte la necessità di figure in grado di supportare i titolari nella gestione dell'azienda. Per raggiungere questo obiettivo si stanno formando, con piani mirati, tutti i collaboratori e si cerca di stimolarne la collaborazione, i processi di delega e di aumentare la responsabilizzazione. Solo così l'impresa può continuare ad essere competitiva sul mercato.

Le pratiche e le prestazioni, i fattori di successo sul mercato

Tra le prassi eccellenti di Casa del Pneumatico, quella che determina maggiormente il differenziale competitivo aziendale è costituita dall'attenzione al cliente in tutte le fasi di lavoro, dall'accoglienza alla restituzione dell'auto a lavoro terminato. Per monitorare il servizio offerto è stato predisposto un breve ed efficace questionario di customer satisfaction, somministrato ai clienti al termine delle prestazioni lavorative, che permette di valutare l'efficienza e la qualità percepita dei servizi forniti. Altro punto di forza di Casa del Pneumatico è la capacità di comunicare con i clienti in maniera diversificata a seconda delle diverse e personali esigenze, indispensabile quando i clienti sono così numerosi e diversificati. Ad esempio, i messaggi



pubblicitari attraverso la radio o la televisione sono appositamente studiati per la clientela di riferimento; le comunicazioni vengono effettuate attraverso mail distinte a seconda dei target di clientela; vengono proposte convenzioni mirate. Inoltre, nonostante Casa del Pneumatico lavori con "grandi" aziende, pubbliche e private, l'attenzione e la cura rivolte al singolo automobilista mantengono sempre standard elevati. Altrettanto importante per il successo dell'azienda è la gestione dei dipendenti: il personale, che conta circa 35 persone nei tre centri, viene accuratamente selezionato in ingresso e continuamente formato ed aggiornato, sia per lo sviluppo delle competenze tecniche che per la crescita delle competenze trasversali di gestione del cliente e di controllo delle situazioni di criticità. Inoltre,

al di là del ruolo che ciascun lavoratore ricopre all'interno della struttura organizzativa, ogni dipendente è preparato a gestire l'intero processo lavorativo, attraverso training, processi di delega,



responsabilizzazione. Questo grazie anche al bassissimo turnover del personale, indice della alta fedeltà dei dipendenti all'organizzazione. Punto di forza della gestione del personale, di cui è responsabile Daniela Ravagli, è la formazione continua, che avviene sia in azienda, con l'affiancamento e con giornate dedicate a diversi temi, sia presso le maggiori case produttrici.

Conclusioni

Il gruppo Casa del Pneumatico è riuscito a crescere esponenzialmente negli anni grazie alla capacità del suo fondatore di guardare sempre lontano, di innovare mantenendo inalterate la qualità del servizio e la professionalità dei dipendenti. A Enzo Ravagli si è affiancata, con gli anni, la figlia Daniela che ha valorizzato aspetti quali l'immagine e la visibilità dell'azienda - basta visitare il sito Internet per rendersene conto -, lo sviluppo del personale, l'attenzione alla comunicazione interna. Prova di ciò è che ogni fase del processo di assistenza è progettata e studiata perché non possano esserci difficoltà: ogni informazione è trasmessa e condivisa a tutti i livelli, con incontri e riunioni periodiche. Il successo dell'azienda è in buona parte da attribuire proprio alla trasmissione di parte delle responsabilità e dei compiti alla figlia del fondatore: siamo di fronte ad un caso tipico di successione in ambito familiare dove però non si riscontrano resistenze da parte dell'imprenditore senior nell'ingresso e nella delega di funzioni all'imprenditrice junior. In tal senso il caso risulta particolarmente interessante; le due generazioni convivono e risultano di estremo supporto l'una per l'altra. Esperienze e professionalità si integrano, al fine di perseguire, come unico obiettivo, la crescita dell'impresa e delle persone che in essa sono impegnate.