

GARANZIA3: PIÙ MARGINE, PIÙ FIDELIZZAZIONE



CARLO PERANI
Direttore vendite
di Business Company

Con 24 anni di esperienza nella gestione dei servizi post-vendita, Business Company SpA continua a porsi come partner strategico per produttori, trade online, distribuzione organizzata e specializzata, offrendo soluzioni personalizzate in tutte le fasi di vita del prodotto. Erogare professionalmente servizi significa creare un rapporto con il cliente che dura nel tempo e contribuisce a favorire il sell-out. «La famiglia di soluzioni Garanzia3 è ampia e variegata», spiega Carlo Perani, direttore vendite, «andando a soddisfare ogni esigenza del consumatore. Da chi vuole estendere il servizio tecnico di un qualsiasi suo prodotto, oltre la garanzia legale, (Garanzia3 – 3 anni in più), a chi vuole proteggerlo dal danno accidentale (Garanzia3 Cover), fino a chi intende proteggere il display di un qualsiasi smartphone e tablet (nuovo ma anche usato e/o ricondizionato) con Garanzia3 Display. Con Garanzia3 Combi offriamo il servizio di assistenza finalizzato ad una riparazione in caso di danno accidentale

Business Company amplia le partnership con produttori e retailer.

nei primi 12 mesi dalla data d'acquisto del prodotto e nel contempo alla prosecuzione dei servizi offerti in garanzia dal produttore, per ulteriori 2 anni. Nella gamma dei servizi Business Company c'è anche Garanzia3 Brico, servizio di estensione specifico per il mondo del bricolage ed elettroutensili. Garanzia3 Re-Use, l'ultima novità, è invece il servizio di assistenza tecnica della famiglia Garanzia3, dedicato ai beni ricondizionati, che consente di proteggere anche questo tipo di acquisti».

L'ESPERIENZA CON GARANZIA3

PARLA VINCENZO ZIZZA, CEO DI PB ONLINE SRL

«Siamo estremamente felici di aver ricominciato a collaborare con Business Company» - afferma Vincenzo Zizza, CEO di PB Online Srl, «e di aver proposto ai nostri clienti i prodotti Garanzia3, sinonimo di un servizio che offre professionalità e attenzione al consumatore finale, per noi valori condivisi e sempre presenti in ogni scelta. Questa sinergia ci permette di creare una relazione di fiducia con i nostri clienti adottando un approccio olistico, comprendendone le esigenze, i valori e le aspettative. Da tanti anni ePRICE ha messo il cliente al centro ed è stata precursore nel fornire servizi di valore aggiunto alla vendita di prodotti, come servizi di consegna al piano ed installazione profes-



VINCENZO ZIZZA
CEO PB Online Srl

sionale. Grazie a questo modello di business ha ottenuto riconoscimenti rilevanti quali il Netcomm Award 2016 per aver offerto il massimo grado

ePRICE

di personalizzazione della consegna e dell'installazione dell'elettrodomestico. Siamo soddisfatti di questi primi 8 mesi di collaborazione sia in termini strettamente economici (marginalità aggiuntive ottenute e tasso conversione prodotti Garanzia3) che, soprattutto, per il processo di consolidamento dei rapporti con i nostri clienti. L'attuale mercato, variegato e competitivo rende sempre più difficile sia l'acquisizione di nuovi clienti che il mantenimento dei propri. La fidelizzazione del cliente può essere quindi vista come una forma di investimento a lungo termine dato che contribuisce all'aumento del passaparola positivo e, di conseguenza, a migliorare la nostra brand image. Il trend del 2023 è incoraggiante. E il meglio deve ancora venire. Stay tuned!».

