

Consueto **bilancio di fine anno** di **UniEuro** con dati e attività che mettono definitivamente **la parola "fine"** alla grave **crisi finanziaria** di quattro anni orsono

di **Roberto Bonin**

Un rilancio in 5 mosse

Cinque mosse vincenti. È questa la ricetta utilizzata da **UniEuro** per tornare a ricoprire quel ruolo di primissimo piano nel tessuto distributivo italiano che gli compete.

I cinque punti - e non poteva essere altrimenti - sono naturalmente contraddistinti da parole di origine anglosassone: "The Retailer Role", "Multichannel", "Value Creation", "Customer Satisfaction" e "Store network improvement"; parole che, applicate alla realtà italiana, hanno dato prova di poter fare davvero la differenza e porre le basi per una ristrutturazione aziendale dagli ottimi risultati.

Per quanto riguarda il primo punto, le attività intraprese dalla catena hanno avuto lo scopo di legittimare al meglio il proprio ruolo come retailer di elettronica di consumo, ossia quello di sviluppare processi di vendita che possano permettere di fornire al consumatore le giuste soluzioni. "Se diamo al cliente solo una scatola e un prezzo, è fuori discussione che il canale Internet può certamente fare di meglio. Bisogna



Mario Maiocchi, Amministratore Delegato di UniEuro

quindi metterlo in condizione di sperimentare il prodotto e mettergli a disposizione dei consulenti alla vendita preparati e disponibili", spiega **Mario Maiocchi**, Amministratore Delegato di UniEuro. "Inoltre, dobbiamo sempre ricor-

darci che i nostri sono prodotti di investimento e non di consumo ed è quindi di fondamentale importanza saper individuare il prodotto più giusto in grado di soddisfare le esigenze dei consumatori anche nel continuum temporale e non solo nell'immediato". Oltre sulla preparazione della forza vendita, in questo senso molto è stato fatto anche in termini di servizi e di disponibilità di accessoristica dedicata, in modo da offrire al consumatore un'offerta sempre più ampia e articolata che completi la sua esperienza di acquisto.

Il secondo punto, la multicanalità, ha portato invece alla creazione di due nuove attività di business: il B2B e il grossismo, ossia la vendita diretta ad aziende e a piccoli retailer, con budget rispettivamente di 2 e 10 milioni di euro. In contemporanea sono stati anche sviluppati il franchising, che presenta crescita dell'ordine del 30% anno su anno (+15% sul budget),

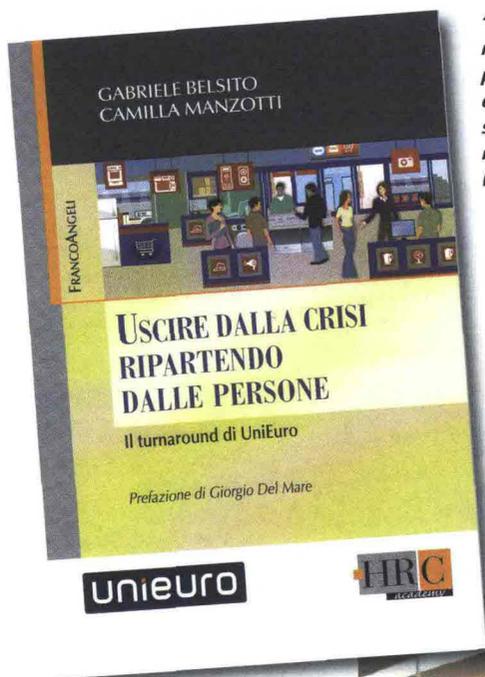
e il canale online, in crescita del 33% (+18% sul budget). Proprio quest'ultimo ha permesso all'ingegner di aggiudicarsi il Webshop Awards Italy 2012 nella categoria elettronica di consumo, all'interno della quinta edizione del Retailer of the Year, sondaggio che valuta oltre 190 catene di negozi appartenenti a 23 diverse categorie merceologiche.

Al fine di migliorare l'efficienza e i processi di lavorazione, molto impegno è stato fatto nell'ottica di ottimizzazione dei costi del lavoro e delle spese generali: oltre a rivedere l'entità delle spese per energia elettrica, materiali di consumo e logistica è stato difatti interamente rimodulato il servizio in base all'effettiva richiesta dei consumatori, rivedendo la presenza degli addetti alla vendita all'interno degli store in base al reale flusso di visitatori. "Le attività di efficientamento hanno contribuito all'identificazione di sprechi, talvolta di grande entità,

Migliorano le performance del Gruppo Dixons

Dixons Retail plc ha diffuso i dati finanziari relativi al primo semestre dell'esercizio fiscale, compreso tra gli scorsi mesi di maggio e settembre. In questo periodo le vendite del Gruppo sono aumentate del 4%, con un dato like for like del +3%. In aumento anche l'EBIT totale che risulta in aumento di 5,1 milioni di sterline anno su anno, anche se a fronte di un profit negativo di 600mila sterline. Migliorate anche le performance dell'area del Sud Europa (Italia, Grecia, Turchia) che ha contribuito al risultato positivo per oltre il 50%, pari a 2,6 milioni di sterline.





“Uscire dalla crisi ripartendo dalle persone”, gli ultimi quattro anni di storia di UniEuro raccontata in un libro

quattro ristrutturazioni (Aglia, Prato, Burolo e Frosinone) e l'acquisizione di due punti vendita a insegna Expert e Trony, a Cantù e Varese. Attività che continuerà anche nel prossimo anno, con altre sette ristrutturazioni già pianificate entro la fine del prossimo mese di aprile.

Da segnalare, infine, la pubblicazione di un libro dal titolo “Uscire dalla crisi ripartendo dalle persone”, edito da FrancoAngeli, che rappresenta una sorta di sintesi della storia degli ultimi quattro anni dell'insegna e che, come conferma Maiocchi, vuole essere un omaggio a tutta la forza vendita per l'impegno profuso nella riorganizzazione dell'azienda.



Per visualizzare la videointervista



che hanno portato a una riduzione dei costi di decine di milioni di euro”, sottolinea Maiocchi.

In ottica di customer satisfaction, in più, è stata notevolmente potenziata l'interazione con i clienti, nonché la raccolta di feedback per mezzo di postazioni multimediali in negozio, servizio clienti telefonico e profili su Facebook (oltre 40mila fan) e Twitter (quasi 2.300 follower); strumenti che nei prossimi mesi saranno anche affiancati da un'apposita applicazione studiata per tutte le principali piattaforme mobile.

Grazie all'iniziativa “UniEuro ascolta” i consumatori finali possono addirittura inviare una mail direttamente a Maiocchi (unieu-roascolta@gruppounieuro.com) segnalando consigli, opinioni, disservizi o lamentele. Oltre a questo, poi, un'ampia serie di ricerche di mercato, sono di supporto allo staff per misurare al meglio il servizio erogato.

Per ultimo, infine, molto lavoro è stato anche fatto in ottica di miglioramento dei negozi, che, nell'anno solare 2012, ha comportato quattro nuove aperture (Genova Sestri, Merano e Malpensa), quattro relocation (Rosà, Pederobba, Muggia e Carpi),



A Merano (BZ) il 103esimo punto vendita

Dopo le due nuove aperture di Cantù (Como) e Carpi (Modena) dello scorso 15 novembre, UniEuro ha inaugurato il 1° dicembre il nuovo punto vendita di Merano (Bolzano), situato in località Lagundo in via Weingartner 31, nelle immediate vicinanze della SS 38 del Passo dello Stelvio.

Il megastore ha una superficie espositiva di 1.950 mq ed è dotato di 9 casse e di 32 addetti alla vendita, tutti bilingue, coordinati dal responsabile **Christian Tammerle**.

Per l'apertura è stata pianificata un'articolata campagna di comunicazione multicanale declinata su stampa e radio locali, oltre ad affissioni outdoor e mobili. Inoltre, a sostegno dell'inaugurazione, è stata attivata anche una promozione sottocosto, accompagnata da volantinaggio e distribuzione di gadget.

UniEuro, in più, è partner dei mercatini di Natale, a cui ha offerto il suo contributo per la fornitura di energia elettrica del villaggio natalizio, attivo dal 29 novembre al 6 gennaio 2013. Nelle serate del 30 novembre e del 1° dicembre, infine, l'azienda si è resa protagonista di un coinvolgente spettacolo che ha animato Palazzo Esplanade in piazza della Rena.