**Comunicato stampa**

**Data:** 13-14 novembre 2018

Roto: Nuovo settore di attività con una società dedicata / Un “risolutore di problemi globale” anche nel campo dell’assistenza post-vendita / Agire con e per i clienti B2B / “Grandi opportunità” del settore sinora non sfruttate / Tre fattori di successo / Roto Professional Service: attualmente quattro aziende partner / Ampia gamma di servizi offerti / Chiara presenza e comunicazione attiva

**Ripensare completamente il servizio di assistenza**

***Kalsdorf/Graz/Leinfelden-Echterdingen – (rp)*** Si tratta di un grande potenziale di mercato e del suo sfruttamento attraverso concetti professionali win-win. Così Roto descrive la base di un ulteriore settore di attività strategico. Con esso il fornitore per l’edilizia intende diventare un “risolutore di problemi globale” per i clienti professionali della regione di lingua tedesca anche per quanto riguarda l’assistenza post-vendita di finestre e porte già montate. Allo scopo di riunire le attività a lungo termine in questo settore, all’inizio del 2019, nell’ambito della nuova struttura del gruppo, vedrà la luce una nuova società dal nome Roto Frank Professional Service GmbH. In occasione della 13a Giornata di presentazione alla stampa specializzata internazionale, il Dr. Christian Faden, che guiderà l’azienda in futuro, ha illustrato i dettagli di questo concetto e della sua applicazione pratica. Il suo motto centrale è: “Ripensare completamente il servizio di assistenza”.

Per iniziare, l’attuale direttore Corporate Development di Roto Frank AG ha espresso chiaramente, con una serie di esempi, quali possibilità, a suo vedere, offre il mercato solo in Germania. Sulla base di diverse rilevazioni o di calcoli propri, sembrano essere realistici i seguenti volumi: circa 600 milioni di porte e finestre necessitano dopo l’installazione di manutenzione e assistenza; ben oltre 300 milioni di finestre sono responsabili di sprechi di energia; il 90% circa di porte e finestre non dispongono di uno standard RC e quindi è come se invitassero gli scassinatori a entrare. Nell’ambito della vantaggiosa assistenza post-vendita rientrerebbe inoltre il sempre crescente desiderio di comfort delle persone, la richiesta di una maggiore sostenibilità e la chiara tendenza, almeno a medio termine, verso la cosiddetta “smart home”.

Secondo Faden, però, il settore attualmente è poco preparato, se non del tutto impreparato, a sfruttare le “grandi opportunità commerciali” che ne deriverebbero. Le ragioni sono molteplici, dalla scarsa redditività dei contratti per via dell’assenza di una copertura sovraregionale all’attuale carenza di personale specializzato, fino ai consistenti requisiti tecnici, soprattutto per quanto riguarda la smart home. Pertanto non sorprende che i fabbricanti di porte e finestre, così come i rivenditori di elementi costruttivi, sinora abbiano voluto o potuto occuparsi solo raramente di questo evidente potenziale.

**In modalità “start-up”, ma non “da zero”**

In controtendenza, a metà novembre 2018 davanti ai giornalisti specializzati di 16 paesi riuniti a Graz, Faden ha indicato tre fattori di successo per un efficiente impegno nel campo dell’assistenza post-vendita. In concreto, è necessario creare un’offerta unitaria a livello nazionale, trovare, perfezionare e fidelizzare tecnici del servizio di assistenza qualificati, nonché costruire un sistema di gestione dell’assistenza economico e funzionante. Sono questi i pilastri che formano la base del concetto di Roto e trovano espressione nella nuova società. Una società che, nel ruolo di referente e di partner di progetto, sarà a disposizione dei professionisti di finestre, porte e tetti. Questi ultimi da un lato ne ricaveranno possibilità di affari supplementari, e dall’altro potranno concentrarsi ancor meglio sulle loro competenze principali, beneficiando, al tempo stesso, di una maggiore soddisfazione dei clienti finali. Infine, potranno rafforzare la loro posizione sul mercato in modo duraturo. Quindi, “i nostri clienti B2B ne trarranno un reale vantaggio competitivo, che nessuno nel settore è attualmente in grado di fornire loro.”

Roto si trova certamente in modalità “start-up”, ma non comincia assolutamente “da zero”. Lo conferma il fatto che in Germania e in Svizzera già quattro aziende specializzate esperte nel settore del servizio post-vendita siano già “a bordo”. Più precisamente, si tratta della Wollenberg GmbH di Berlino con circa 40 dipendenti, della Dachfenster Keller GmbH di Thalheim bei Winterthur con ca. 20 addetti, della Pfeil und Söhne Service GmbH di Monaco con il suo team di 14 persone e della Wiedemann Sicherheitsbeschläge GmbH di Hannover. L’obiettivo è quello di essere rappresentati, a medio termine, da aziende partner competenti in tutte le regioni ad alta concentrazione urbana e industriale.

**Marchi centrali e locali**

La gamma dei servizi comprende manutenzione e correzione, riparazione, modernizzazione, potenziamento e logistica delle parti di ricambio. L’accesso diretto alle conoscenze tecniche globali, nonché la gamma completa di prodotti di entrambe le aziende del gruppo (tecnologie per porte e finestre e tecnologie per tetti) accelereranno i processi e l’evasione degli ordini in egual misura.

Anche a livello visivo la presenza sul mercato avrà regole chiare. Mentre il logo “Roto Professional Service” fungerà da marchio centrale, il marchio denominativo/figurativo “Service Friends per porte e finestre” identificherà a livello locale le aziende partner quali membri della rete. Ovviamente è noto che per una strategia di mercato offensiva è importante una comunicazione attiva sistematica. I primi strumenti, come materiale di marketing speciale, un sito Internet e forum sui social media sono già pronti per essere utilizzati. Così conclude Faden: “Successivamente amplieremo questo portfolio per comunicare a tutti i gruppi target che Roto eleva l’assistenza a un nuovo livello mai riscontrato prima.”

***Testi immagini***

“Ripensare completamente il servizio di assistenza”: questo è il motto che il Dr. Christian Faden ha voluto rendere noto a Graz. Esso rappresenta la base della strategia di servizio post-vendita orientato al cliente del fornitore per l’edilizia, come ha spiegato il futuro direttore della nuova azienda Roto Professional Service GmbH nel corso della 13a Giornata di presentazione alla stampa specializzata internazionale. Si tratta di un grande potenziale di mercato e del suo sfruttamento per il settore attraverso intelligenti concetti win-win.

**Foto:** Roto **Dr\_Christian\_Faden.jpg**

Secondo i calcoli di Roto in Germania il 90% circa delle porte e delle finestre non dispone di uno standard RC e finisce per costituire “un invito per gli scassinatori”. Questo esempio da solo illustra le possibilità offerte dal mercato del servizio post-vendita. In futuro il fornitore per l’edilizia intende diventare un “risolutore di problemi globale” anche in questo settore per i suoi clienti B2B.

**Foto:** Roto / fotolia / Rainer Fuhrmann **Einbrecher.jpg**

Per un efficiente impegno nel campo del servizio post-vendita è necessario creare un’offerta unitaria a livello nazionale, trovare e perfezionare tecnici del servizio di assistenza qualificati, nonché costruire un sistema di gestione dell’assistenza economico e funzionante. In questo nuovo settore di attività Roto si orienterà su questi “tre fattori di successo”.

**Foto:** Roto **Gebaeude\_D\_A\_CH.jpg**

Questo marchio denominativo/figurativo identifica come aziende partner le quatto aziende attualmente riunite in Roto Professional Service GmbH. L’obiettivo è quello di essere rappresentati, a medio termine, da specialisti del servizio post-vendita in tutte le regioni tedesche ad alta concentrazione urbana e industriale.

**Foto:** Roto **Fahrzeug\_Service\_Friends.jpg**

Riproduzione libera - Inviare copia giustificativa

**Editore:** Roto Frank AG • Wilhelm-Frank-Platz 1 • 70771 Leinfelden-Echterdingen • Tel. +49 711 7598 0 • Fax +49 711 7598 253 • info@roto-frank.com

**Redazione:** Linnigpublic Agentur für Öffentlichkeitsarbeit GmbH • Ufficio di Coblenza • Fritz-von-Unruh-Straße 1 • 56077 Koblenz • Tel. +49 261 303839 0 • Fax +49 261 303839 1 • koblenz@linnigpublic.de; Ufficio di Amburgo • Flottbeker Drift 4 • 22607 Hamburg • Tel. +49 40 82278216 • hamburg@linnigpublic.de