



# Parola d'ordine: formazione

DA ANNI PAVANELLO SERRAMENTI HA FATTO DELLA FORMAZIONE CONTINUA PER I PROPRI RIVENDITORI E PARTNER TECNICI UNO DEI PRINCIPALI STRUMENTI PER AFFRONTARE LE SFIDE DELLA CONCORRENZA ALL'INTERNO DI UN SISTEMA CHE HA FATTO DELLA COMPETITIVITÀ IL SUO TRATTO DISTINTIVO

**La** decisione di istituire un sistema strutturato di corsi è frutto della scelta di trasmettere l'indispensabile bagaglio di conoscenze necessarie a fronteggiare adeguatamente i mutamenti radicali subiti dal mercato degli infissi negli ultimi anni.

Acquisire competenze e migliorare la propria professionalità costituiscono il valore aggiunto imprescindibile per riuscire a soddisfare le esigenze di clienti e rivenditori, nella consapevolezza che il futuro del serramento dipende anche da un continuo miglioramento dell'efficienza delle prestazioni.

Gli appuntamenti formativi costituiscono altresì un momento di confronto, aggiornamento e discussione per entrambe le parti: un luogo dove l'azienda può ascoltare le richieste e le necessità provenienti dai partecipanti. Attualmente i corsi organizzati da Pavanello Serramenti sono quelli dedicati al miglioramento delle tecniche di vendita denominati "Gold Partner - il Club dei Top Dealer Pavanello".

**Queste le parole dell'Amministratore Delegato Marco Pavanello**

«La nostra attenzione alla formazione comincia nel 2005, l'anno in cui la nostra certificazione ci ha imposto una programmazione delle attività di formazione. Abbiamo cominciato quindi a fare corsi per la vendita di finestre in legno, all'interno dei quali chiamavamo consulenti tecnici quali Paolo Ambrosi (che tuttora collabora con noi) e psicologi che spiegavano ai rivenditori le tecniche di persuasione. Poi siamo passati a insegnare le tecniche di montaggio dei serramenti, consapevoli che il miglior serramento non vale nulla se non viene posato a regola d'arte. Poi, soprattutto a causa del cambio di tipologia dei cantieri, con il passaggio dalle nuove abitazioni a quelle ristrutturate, ci siamo dedicati al sistema PosaClima Renova. Ultimamente siamo tornati a metterci in ascolto dei nostri rivenditori cercando di individuare assieme le problematiche più comuni e abbiamo capito che sia i grandi sia la miriade dei piccoli rivenditori stanno ri-

cevendo parecchi ordinativi di serramenti in PVC, non soltanto per via della crisi. Abbiamo quindi deciso di mutare la nostra strategia di marketing e attivarne una innovativa per aiutare i rivenditori ad aumentare le vendite dei serramenti in legno. Nel giugno scorso abbiamo quindi inaugurato a Torino il nostro nuovo ciclo di corsi denominati Top Dealer Tour, all'interno dei quali presentiamo ai partecipanti il pacchetto di materiali e servizi che offriamo a chi entra a far parte del Club dei Top Dealer Pavanello. Si tratta di un'iniziativa unica in Italia che coniuga le lezioni di comunicazione consuasiva tenute da Roberto Gasparetti con i nostri webinar prodotti in collaborazione con L'Ippogrifo®. Un innovativo mix di tecniche di persuasione, assistenza esclusiva della struttura commerciale Pavanello e una serie di materiali per attrarre e trattenere i clienti che ha già raccolto il plauso dei primi partecipanti, interessati a proseguire l'esperienza in futuro. A cosa abbiamo sempre puntato con i nostri percorsi di formazione? A istruire i nostri clienti per renderli più competitivi all'interno di un mercato che ora come non mai richiede un elevato livello di competenza e professionalità. Ma anche a insegnare loro come migliorare la gestione delle relazioni, consapevoli del fatto che a un elevato livello di personalizzazione delle richieste corrisponde un altrettanto complessa strategia di fidelizzazione della clientela.

**Queste le dichiarazioni di alcuni rivenditori Pavanello**

**Davide Molina – Idea Parquet di Palermo**

«La mia esperienza dei corsi di formazione di Pavanello Serramenti mi ha reso sicuramente più ricco a livello tecnico ed è stata estremamente utile sia per poter esprimere la mia professione in maniere più preparata, sia per l'aiuto fornitomi per poter affrontare con più coraggio e fiducia il difficile periodo economico che stiamo vivendo. Sia le nozioni impartite dai relatori sia gli strumenti attraverso i quali operare si sono rivelate delle ottime armi per il miglioramento delle nostre vendite, anche perché credo che riuscire a convincere un cliente a effettuare un investimento cospicuo per il ricambio degli infissi sia qualcosa che necessita di basi solide e di un'ottima capacità argomentativa».

**Mauro Finotto – Dueffe by Ares di Pordenone**

«Tutti i momenti di confronto e conoscenza ai quali ho assistito sono stati parecchio utili soprattutto se penso a un settore come il nostro, solitamente orientato a pochi incontri, spesso di bassa qualità o basati esclusivamente sulla presentazione di nuovi prodotti. Ho avuto inoltre la possibilità di apprendere l'utilizzo di nuovi materiali e tecniche utili al miglioramento della mia professionalità e della qualità del mio lavoro. Per me è molto importante trovare nuove soluzioni per potermi differenziare dai miei colleghi e soprattutto saper comunicare adeguatamente che la riqualificazione dell'abitazione non è una spesa da dover affrontare ma un investimento che darà i suoi frutti in futuro».

**Paolo Azzoni – A Due Serramenti di Ponte Taro - Noceto (PR)**

«Tempo ben speso, soprattutto se penso a come ho appreso che una spesa per una ristrutturazione può trasformarsi in un investimento, cosa utile da apprendere ma soprattutto da saper comunicare al cliente per convincerlo che con il suo investimento sta facendo la cosa giusta. Ed è proprio questo che conta in questo tipo di corsi: acquisire una serie di competenze tecniche che in fase di contrattazione possono rivelarsi indispensabili per conquistare la fiducia del cliente».

**Massimo Gallo – Vale di Piobesi d'Alba (CN)**

«Il corso che ho seguito è stato assolutamente utile per almeno tre motivi. Il primo è un bene che all'interno della nostra professione ci possa venire offerta l'opportunità di fermarci e riflettere su ciò che potrebbe essere migliorato; il secondo è legato all'acquisizione di tecniche innovative che non possono che aiutarci a vendere di più; mentre il terzo è legato al fatto che questo tipo di incontri accendono l'interesse per i prodotti e più in generale per l'azienda. Un bilancio assolutamente positivo che secondo me potrebbe migliorare con un maggior coinvolgimento dei partecipanti durante le lezioni».

