



La filiera dell'eccellenza

di Paolo Pizzato

Eccellenza dei servizi offerti, costante attenzione alle necessità dei clienti, flessibilità, capacità di essere partner. Queste, da sempre, sono le principali caratteristiche che definiscono strategia imprenditoriale di Program, chiave del successo che la dinamica azienda toscana ha saputo ottenere e consolidare negli anni. Ma il prodotto finale, ciò che viene proposto al mercato e ne incontra il favore, è frutto di un processo lungo e complesso, e di una filiera altrettanto articolata, nella quale è di fondamentale importanza il ruolo giocato dalle persone. In questo senso, come ben spiega **Daniele Caruso**, dal 2016 direttore commerciale del Canale Indiretto, "il concetto cardine è quello di appartenenza. A livello commerciale, l'operatività di Program interessa



Daniele Caruso

Lavorare **COME UN TEAM**, sentirsi ed essere **PORTE DI UN PROGETTO CONDIVISO**, vivere la **FILOSOFIA PROGRAM**: sono queste, secondo **DANIELE CARUSO**, direttore commerciale del Canale Indiretto, le basi su cui la società costruisce i propri **RAPPORTI CON I BROKER** e le agenzie sul territorio

tre settori, quello degli enti pubblici, gestito attraverso la partecipazione a gare d'appalto, quello delle vendite dirette, che attiene alle realtà rappresentate dalle aziende di grandi dimensioni, e infine quello che riguarda le vendite indirette, di cui ho la responsabilità. Quel che compete a quest'ultimo ambito è la cura dei rapporti con i broker e i collaboratori esterni della società, in massima parte agenzie, il cui compito è proporre le soluzioni di Program per la mobilità a piccole e medie imprese, professionisti e Partite Iva".

UN UNICO TEAM

"Pur operando lungo l'intero territorio nazionale - chiarisce ancora Caruso - le agenzie concentrano i propri sforzi prevalentemente al Centro-Nord del Paese, ma sarebbe sbagliato ritenere che il loro contributo si esaurisca nel vantare, dinanzi ai potenziali clienti, i punti di forza dei nostri servizi; perché se questo è senza dubbio un aspetto centrale del lavoro che gli viene chiesto di fare, è allo stesso tempo qualcosa di parziale. Un elemento che non può mancare, insomma, ma che da solo non basta a esprimere quel che significa, per noi per primi, essere Program". Ed essere Program, per Caruso e poi per tutti coloro che agiscono sotto la

Il team di Program, ritratto durante la serata di festa per i 25 anni di attività dell'azienda, celebrata lo scorso mese di ottobre a Firenze. Il gioco di squadra, per la società toscana, è indispensabile non solo all'interno, ma anche all'esterno, con il contributo indispensabile di broker e agenzie sul territorio.

sua supervisione, significa condividere pienamente una filosofia, un approccio, un modo di affrontare il mercato e vincere le sfide che pone. "Alla base di tutto - continua il manager - c'è un approccio il più possibile aperto e immediato. Le agenzie con le quali collaboriamo per noi sono parte integrante della società, in

qualche misura sono Program, pur non avendo con noi alcuna esclusiva. In parte, questo modo di agire è connotato alla nostra identità: nasciamo come società piccola, votata ai clienti, sempre presente; chi ha bisogno di noi può raggiungerci in qualsiasi momento con una semplice telefonata; non esistono filtri di alcun tipo, né numeri verdi né alcun altro passaggio intermedio che crea solo fastidio e frustrazione. Quando il cliente ci cerca, ci trova e può comunicarci le sue necessità, certi che ci attiveremo in brevissimo tempo. In parte, invece, è frutto di un studio attento e condiviso; ci siamo infatti resi conto che per i nostri clienti, per chi ci ha dato fiducia, è importante poter sempre fare riferimento a Program, riconoscerci, chiunque sia l'interlocutore. Per questo abbiamo scelto di instaurare relazioni che fossero soprattutto inclusive, che facessero sentire i nostri collaboratori parte di un progetto più ampio. E i

LE SFIDE DEL FUTURO

"Sappiamo che nel prossimo futuro saranno molte e impegnative le sfide che dovremo affrontare, ma possiamo contare sulla grande esperienza accumulata fino a oggi e più ancora sull'altissimo livello di soddisfazione della clientela che abbiamo sempre registrato - sottolinea Daniele Caruso - Non solo, infatti, il saldo tra clienti acquisiti e persi è sempre stato positivo,

ma possiamo dire con orgoglio di non aver mai salutato qualcuno a causa di disservizi o per scarsa qualità; chi ci ha lasciato lo ha sempre fatto per ragioni che non avevano nulla a che fare con il nostro operato (per esempio per aver deciso di passare dal noleggio dei mezzi all'acquisto, e dunque alla proprietà) e questo ci permette di guardare al domani con grande serenità".

risultati ci hanno dato ragione. Anche le agenzie e i broker, così come i clienti, una volta che hanno cominciato a lavorare con noi ci restano fedeli, e quando devono portare all'attenzione di nuovi possibili clienti i nostri servizi non lo fanno solo con la competenza e la professionalità che gli è propria, ma anche con sincero slancio, con l'entusiasmo di chi si sente all'interno di un meccanismo che funziona e, per questa ragione, va oltre la mera fornitura della prestazione richiesta".

CONOSCERE PER VINCERE

A consolidare ulteriormente queste relazioni intervengono poi i momenti dedicati alla formazione e all'aggiornamento, cui Program tiene moltissimo, sia perché rappresentano significative occasioni di incontro, sia perché la mobilità, oggi più di ieri, è un settore in continuo mutamento, e richiede a tutti gli attori coinvolti la massima preparazione e la capacità di adeguarsi tempestivamente (e laddove possibile, naturalmente, anche di anticiparli) ai repentini cambiamenti di mercato. Non a caso, Program ha già pianificato nel dettaglio le proprie mosse per il prossimo triennio. "L'obiettivo principale - prosegue Daniele Caruso - è aumentare considerevolmente le dimensioni della nostra flotta, portandola dalle attuali 3.700 vetture

a 5.000-6.000 mezzi, in modo da far circolare sempre più il nostro marchio, poi proseguire con sempre maggior convinzione nelle attività di promozione delle propulsioni ibride, perché questa soluzione comincia a essere al centro delle richieste che ci vengono fatte e noi vogliamo cercare di trovare risposte che siano soddisfacenti. Il che significa, per limitarsi a un esempio concreto, poter fare manutenzione quando necessario, quindi individuare le officine dotate dell'indispensabile know-how, e più di tutto mettere a punto offerte che siano davvero appetibili. Per riuscirci abbiamo iniziato a confrontarci anche con alcune Case Costruttrici come noi fiduciose nel successo dei motori ibridi e contiamo di riuscire, già nella seconda parte di quest'anno, a costruire proposte più che interessanti".

“ Le agenzie con le quali collaboriamo per noi sono parte integrante della società, in qualche misura sono Program, pur non avendo con noi alcuna esclusiva

Daniele Caruso, Program

”