

# Il servizio come elemento distintivo

Con l'obiettivo di fare la differenza all'interno del mercato in cui opera, Zenit ha messo in atto una serie di iniziative, a partire dalla creazione di una struttura commerciale e logistica che si occupasse al 100% dell'Italia. Ce ne parla Gianluca Gherardi, direttore di questa unità



L'Unita Commerciale Italia di Zenit nasce nel 2008 e si occupa, sotto la direzione di Gianluca Gherardi, di gestire commercialmente e logisticamente tutto il territorio italiano. "La rete commerciale - racconta Gherardi - assicura la copertura capillare di ogni zona d'Italia, grazie a 15 agenzie plurimandatari dislocate su tutto il territorio, guidate e gestite da un responsabile vendite. Inoltre, esiste un reparto 'Aerazione e miscelazione' che si occupa dello sviluppo tecnico e commerciale nel settore della depurazione delle acque. È, infine, di questi giorni l'inserimento di un funzionario vendita interno, che seguirà direttamente l'Emilia Romagna, dove ci aspettiamo una grossa crescita, essendo

l'area sulla quale è dislocata la sede centrale e che per vari motivi è stata forse un po' trascurata nel recente passato".

## Qual è la situazione del mercato nel quale operate e come vi state comportando?

Il mercato del settore in Italia è ancora in forte sofferenza a causa della crisi economica che dal 2008 si è abbattuta sulla maggior parte delle aziende italiane e del resto del mondo, costringendole a una contrazione significativa degli investimenti e a un ampio utilizzo degli ammortizzatori sociali. Ci tengo a precisare che Zenit non ha mai voluto fare uso di questi strumenti, optando per la scelta coraggiosa di sal-

vaguardare la serenità aziendale, anche a discapito di una maggiore sicurezza economica. Durante l'ultimo trimestre del 2010 e nel primo del 2011 il mercato ha registrato una certa ripresa in termini di vivacità, con una successiva frenata a partire da aprile, sintomo purtroppo di un'incertezza ancora regnante. Per quanto ci riguarda, deteniamo una quota di circa il 15% dell'insieme della domanda del mercato italiano, con una leggera preponderanza del mercato domestico rispetto a quello industriale. Siamo ben piazzati in Veneto, Lombardia e Lazio e, in una certa misura, anche nel nord-ovest. Dobbiamo crescere, invece, in zone come Sardegna, Sicilia, Abruzzo e Trentino Alto Adige.



www.progettofuoco.com



Fiera di Verona • 22 - 26 Febbraio 2012

## PROGETTO FUOCO

La più importante mostra internazionale di impianti ed attrezzature per la produzione di calore ed energia dalla combustione di legna

orario: 9.00/18.00

PFtechnologie

## Caldai e impianti a legna oggi!

Le tecnologie più avanzate per il riscaldamento di grandi superfici abitative e di edifici ad uso pubblico



Partner Tecnico | ASSOCIAZIONE ITALIANA ENERGIE AGRIFORESTALI

INFO: PIEMMETI S.P.A. • Tel. 049.8753730 - Fax 049.8756113 • e-mail: info@piemmetispa.com

## La storia di Zenit

La storia di Zenit inizia a Modena, negli anni 50, quando Ugo Zeni, nonno degli attuali proprietari i fratelli Davide e Lorenzo Botton, decide di fondare un'azienda elettromeccanica per costruire e riparare motori elettrici e pompe sommergibili. Nel 1977 l'azienda passa nelle mani di sua figlia Adriana e del marito Italo Botton (genitori di Davide e Lorenzo) e per un decennio rimane focalizzata solo sul mercato italiano. Nel 1990, anno dell'ingresso in azienda di Davide, inizia l'espansione verso l'estero, in particolare Europa, Asia e Sud America, con un immediato e forte incremento del fatturato, che nel giro di pochi anni viene triplicato.

Nel 1995 Zenit ottiene la certificazione Uni En Iso 9001, mentre l'anno successivo entra in società anche Lorenzo e l'azienda si trasferisce nello stabilimento di proprietà di San Cesario (Modena), su una superficie di 10.000 m<sup>2</sup>.

Gli anni successivi sono dedicati all'espansione verso nuovi mercati e all'estensione della gamma con prodotti destinati al mercato dell'aerazione e miscelazione. Viene aperto un nuovo Regional Office a Singapore (Zenit Asia Pacific, nel 2006) e inaugurata una nuova sede produttiva e commerciale in Cina (Zenit China), su un'area di 16.500 m<sup>2</sup> (2007). La sede di San Cesario (2006-2008) viene ampliata e portata a 19.000 m<sup>2</sup>. Viene completamente ristrutturato l'edificio che ospita gli uffici al quale viene affiancata e collegata una nuova palazzina; iniziano inoltre i lavori per la costruzione di una nuova vasca prove, che ha l'ambizione di essere una delle più complete e grandi d'Europa.

Nel 2008 viene creata l'Unita Commerciale Italia, Business Unit, diretta da Gianluca Gherardi, che si occupa di gestire commercialmente e logisticamente tutto il territorio italiano. All'inizio del 2009, di conseguenza, è diventato operativo il nuovo Regional Office per le aree Europa, Medio Oriente e Sud America (Zenit Europe), dislocato in Lussemburgo, su una superficie totale di 6.500 metri quadrati. Attualmente il gruppo Zenit impiega circa 150 dipendenti.



Gianluca Gherardi, direttore Unità Commerciale Italia di Zenit

#### Qual è il vostro cliente diretto?

È difficile identificare un cliente tipo, dato che l'Unità Commerciale è una sorta di grande distributore del prodotto Zenit in Italia. In ogni modo, la clientela va dall'elettromeccanico riparatore, all'impiantista e gestore pubblico/privato degli impianti. Si spazia dal settore termoidrosanitario all'industria, fino agli enti pubblici.

#### Qual è la vostra offerta produttiva?

Produciamo una gamma di elettropompe sommergibili in ghisa per uso domestico e industriale, che arriva a 37 kW, ma che verrà ampliata sino a 75 kW con un progetto, partito un anno e mezzo fa, che prevede motori ad alta efficienza, un innovativo circuito di raffreddamento chiuso e idrauliche completamente ridisegnate. Nel corso di quest'anno contiamo di presentare una prima linea di questi prodotti. Proponiamo inoltre elettropompe sommergibili in differenti materiali (bronzo, acciaio, rivestite in Vulkan) per mercati di nicchia, mentre a breve rilasceremo una nuova gamma di elettropompe sommergibili in acciaio inox per uso domestico. Abbiamo investito molto nella produzione di stazioni di sollevamento in polietilene prefabbricate (Bluebox) e attualmente abbiamo quattro taglie che coprono ogni esigenza del mercato residenziale. Infine, ma non per importanza, proponiamo una gamma completa di prodotti destinati all'aerazione e miscelazione, rivolti a un settore specializzato come quello della depurazione delle acque di origine civile e industriale.

#### Nel mercato attuale è fondamentale distinguersi dalla concorrenza. Quali iniziative mette in atto Zenit?

Con la creazione dell'Unità Commerciale, Zenit ha voluto dare un notevole impulso al servizio alla clientela, creando una struttura che si occupasse al 100% del mercato italiano che, come abbiamo visto, possiede caratteristiche particolari. La differenza su questo mercato, che è estremamente saturo, la fanno, oltre a prodotti di qualità, un servizio eccellente di assistenza tecnica, pre e post vendita, e consegne veloci e affidabili. Per questo motivo abbiamo un ufficio interno strutturato con diverse persone esclusivamente dedicate al supporto al cliente. Si tratta di unità operative formate e fidelizzate ai prodotti Zenit che ci permettono di rispondere in tempi brevi a ogni esigenza. Inoltre, stiamo completando la realizzazione di un'efficiente rete di centri di assistenza su tutto il territorio italiano per offrire un servizio ancora più accurato e tempestivo. Abbiamo investito ingenti somme nella creazione di un magazzino di prodotti finiti che ci permette di evadere l'80% degli ordini entro un giorno dalla ricezione. Infine, garantiamo un supporto tecnico e progettuale completo nell'ambito della depura-



zione: dal calcolo dell'impianto, ai disegni costruttivi, sino alla supervisione al momento dell'installazione. Cerchiamo di essere efficienti e innovativi come una multinazionale, ma al tempo stesso vicini al cliente, come stile e flessibilità, come un'azienda di stampo familiare.

#### Parliamo, per concludere, di programmi di sviluppo. Quali sono gli obiettivi nel breve e medio periodo?

Ampliamento verso l'alto della gamma prodotti, investimenti in uomini e strutture, in area commerciale, marketing e produzione; una documentazione cartacea interamente rivista per offrire strumenti per ogni tipologia di cliente, un

sito ([www.zenit.com](http://www.zenit.com)) rinnovato con funzionalità di ricerca prodotto e calcolo impianto, miglioramento di produzione e qualità grazie alle teorie del lean manufacturing. Tutto questo ha la finalità di un deciso aumento delle quote di mercato in ambito industriale. Una riorganizzazione della rete commerciale a livello qualitativo e quantitativo dovrà accompagnare questi progetti per cogliere le opportunità derivanti dal loro completamento. Una più accurata divisione tra mercato domestico e industriale permetterà di indirizzare le risorse in termini di persone e strumenti in maniera più efficiente, aiutandoci a conseguire un obiettivo di crescita in Italia intorno al 30% nel prossimo triennio. ■

## VISENTIN

ITALIAN LUXURY BATHROOM

### Saliscendi Easymag



#### Linea GLASS

la prima concepita con la tecnologia EASYMAG è basata su resine acriliche, acciaio inox cromato o satinato, trattamenti particolari e sistema magnetico brevettato ATTACCA e STACCA



#### Vantaggi...

- Non più supporti a muro
- Non più scorrevoli che si rompono
- Ingombro ridotto
- Design innovativo

