



Utenti unici n.d.

Visite mensili 60,246

17 giugno 2024



## Re-Evolution, il summit 2024 dei serramentisti Schüco Premium Partner

Presso il campus H-Farm di Roncade, in provincia di Treviso, giovedì 6 giugno 2024 si è svolto il **SUMMIT dei serramentisti Schüco Premium Partner**: 253 ospiti presenti tra imprenditori e manager, rappresentanti 123 aziende provenienti da tutta Italia.

La giornata, dal titolo “**RE-EVOLUTION**”, è stata intensa e motivante: i momenti di dialogo in aula, con la partecipazione del fondatore di H-Farm Riccardo Donandon, i contributi di alcuni docenti di H-Farm Business School e delle figure apicali di Schüco Italia, sono stati seguiti in serata dal gran galà conviviale, di networking e divertimento.

*File rouge* dell’incontro, la volontà di **Schüco Italia** di lanciare un messaggio impattante, forte e “rivoluzionario”: il bisogno di **evolversi in maniera compatta come Network** per approcciare il business senza perdere nessuna delle opportunità che si possono presentare in questo particolare momento di mercato.

L’edilizia, infatti, negli ultimi cinque anni ha subito profondi cambiamenti, dallo stop del primo semestre 2020, seguito da un caotico rush dovuto agli incentivi governativi contingenti, sfociato quindi in una prima parte del 2024 permeata dall’incertezza.

*“Professionalità, passione e spirito di squadra sono stati tra i fattori determinanti dei risultati positivi registrati da Schüco Italia in un contesto così complesso e in divenire – dichiara Francesco Benvin, Direttore Marketing –. Ora non basta più. È necessario un ulteriore passo avanti, una vera e propria evoluzione culturale, un cambiamento di pelle concreto per riuscire a rimanere competitivi e vincenti in un mercato che cambia più velocemente di quanto cambiamo noi”.*

Un obiettivo ambizioso, che si riflette nei contributi di autorevoli docenti della Business School di H-Farm che i serramentisti Schüco Premium Partner hanno avuto l’opportunità di ascoltare. I loro *speech* si sono focalizzati sull’importanza del saper cambiare per crescere, del farsi portatori e capofila di innovazione, mai gregari. Due i punti di vista, diversi e complementari: quello ispirazionale e quello pragmatico.



Il **Prof. Pierluigi Fasano**, Direttore Scientifico del Master Executive Global Operational Excellence with AI and Emerging Technologies, Chief learning Architect presso H-FARM Education, **ha tenuto un intervento dal titolo “Il futuro dell’inimmaginabile è l’obiettivo & i sei cambiamenti aziendali”.**

Un racconto di ampia visione sull'imminente futuro, un'analisi di quali potrebbero essere le conseguenze di una digitalizzazione preponderante in tutti i settori e di un impiego diffuso dell'AI, di come si determineranno le nuove tendenze e di quale sarà la direzione del mercato globale da adesso in poi.

Il **Prof. Gabriele Carbone**, autore di Best Seller, che lavora con il **prof. Philip Kotler** – padre del marketing moderno – e che vanta più di 12 anni di esperienza nella strategia di marketing digitale, **ha coinvolto la platea presente sull'argomento “Metamorfosi: l'evoluzione verso l'impact marketing”.**

Un intervento centrato su *case history* virtuose: esempi di realtà capaci di trasmettere affidabilità agli occhi degli utenti, attraverso un processo di vendita codificato in tutte le sue fasi; per passare poi al ruolo fondamentale ricoperto dal retail e dai punti vendita fisici, che devono essere immediatamente identificabili e coerenti con l'esperienza di acquisto che si vuole offrire al cliente, a partire da un pricing trasparente.

Spunti perfetti, colti da Schüco Italia per farsi portavoce di uno scopo chiaro: rinsaldare il concetto di Partnership per **dar vita a una rete di serramentisti ancora più unita e coesa**, dove le identità locali di ciascuno si connettono in una capillarità sinergica, fondamentale per preservare il modello di business di successo, che vede nella produzione artigianale il proprio pilastro, ma abbinata a eccellenti livelli di servizio e attenzione per il cliente, usando la tecnologia e la digitalizzazione per essere più rapidi nella creazione dei preventivi e più efficaci nella cura dell'esperienza del cliente.

Riuscire a stare al passo con l'innovazione digitale e tecnologica, aggiornare le modalità di interazione tra azienda e utente finale, non più solo convincere ma anche essere in grado di “evocare” una percezione sono elementi fondamentali in un processo di vendita evoluto. Pratiche virtuose e sfidanti che un'Azienda come Schüco può e vuole assolvere grazie a una notorietà e reputazione consolidate e a un'identità di marca capace di durare nel tempo.

Sottolineare il ruolo chiave dei serramentisti Schüco Premium Partner in questo processo e “chiamarli all'azione”, per essere i protagonisti di una rivoluzione che determinerà il futuro del comparto, sono stati i punti focali dell'intervento **dell'Ing. Roberto Brovazzo, Direttore Generale di Schüco Italia.**

*“Insieme, possiamo creare un fronte comune più forte per distinguerci – ha dichiarato l'Ing. Brovazzo –. Schüco Italia continuerà a mettere a disposizione strumenti, competenze e un supporto costante per eccellere. È altrettanto importante che ciascun Premium Partner sia disposto a credere in una **strategia comune**, per **valorizzare la sua unicità e al contempo usare la forza del brand Schüco come strumento di valore aggiunto per generare fiducia nel consumatore**”.*



Schüco Italia, che comprende la necessità di una solida presenza capillare sul territorio per il consolidamento del proprio network, ha voluto trasferire ai serramentisti Premium Partner la piena consapevolezza che **la singola presenza**, fondamentale per la vicinanza al cliente finale, **acquisisce ancora più forza se inserita in un disegno più ampio di networking ben coordinato**.

L'Azienda ha così espresso la propria convinzione nella forza del gruppo. La chiave del successo? Aderire tutti con entusiasmo a questo progetto, con un marketing mix ponderato e coerente che vede nella potenza e nella forza Schüco un veicolo di affidabilità.

*"Ogni Schüco Premium Partner ha la propria storia e i propri punti di forza – ha concluso l'Ing. Brovazzo –. Dobbiamo presidiare il territorio con intelligenza e interpretare le esigenze degli utenti con risposte "su misura", mantenendo ogni volta una comunicazione, un'immagine e un posizionamento in linea con i valori del Marchio Schüco".*

Muoversi all'unisono come un unico organismo e agire in maniera strutturata sono azioni imprescindibili per ovviare il rischio di cedere quote di mercato a modelli di produzione industriale, che potrebbero mettere davvero a repentaglio il modello di business dell'Azienda e dei suoi clienti.

Ecco perché essere guidati da valori comuni fa la differenza. Una Partnership, quella con Schüco, che vuole superare il concetto di collaborazione e diventare una relazione di fiducia, connotata dalla reciprocità. In quest'ottica, eccellenti competenze tecniche, commerciali e manageriali e la costante proattività devono continuare ad essere il carburante per uno sviluppo condiviso, con l'intento comune di mettersi in gioco, per migliorare.

Il SUMMIT è terminato così, con un forte messaggio di positività e fiducia nel domani: *"Siamo pronti a conquistare nuove vette e a consolidare la nostra leadership – ha concluso il Direttore Marketing Francesco Benvin –. Insieme, affronteremo una rivoluzione e un'evoluzione necessarie durante le quali Schüco sarà sempre al fianco dei propri Premium Partner. **Non intendiamo rallentare**: vogliamo diventare sempre più reattivi alle esigenze dei clienti, guidati dalla propensione all'innovazione che ci contraddistingue da sempre. Il nostro sguardo è rivolto al futuro, ai prossimi passi da fare, ai nuovi traguardi da raggiungere".*

