

SERRAMENTI

DESIGN e COMPONENTI

SCOPRI DI PIU'



SISTEMI PER AMBIENTI ESTERNI



27-28
SETTEMBRE 2024

SEGUICI PER SAPERNE DI PIU'



www.colmasrl.com

PRIMO PIANO

Stile e innovazione
per l'outdoor

TREND E MERCATO

Rame e transizione energetica.
Obiettivi e tempi

GESTIONE

Obbligo trasmissione Ecobonus.
Cambiato (di nuovo) l'orientamento

www.serramentinews.it

 tecniche nuove

ISSN 1824-4696
Mensile - Anno XXXV - n° 7 - Settembre 2024



400077



Saper cambiare insieme per continuare a distinguersi



Coordinamento di Ettore Galbiati

Denominato RE-EVOLUTION, l'incontro SUMMIT 2024 Premium Partner di Schüco si è svolto tra intensi momenti di formazione, networking e divertimento. 253 gli ospiti presenti tra imprenditori e manager, rappresentanti 123 aziende provenienti da tutta Italia

È stata una giornata molto intensa e motivante quella vissuta presso il campus **H-Farm International School** di Roncade (TV) dai serramentisti Schüco Premium Partner - e dagli ospiti - che hanno partecipato in massa al SUMMIT 2024 organizzato a inizio giugno da Schüco Italia. La giornata, dall'evocativo titolo "RE-EVOLUTION", si è articolata tra intensi momenti di dialogo in aula - con la partecipazione del fondatore di H-Farm **Riccardo Donandon** ed i contributi di alcuni docenti di H-Farm Business School e delle figure apicali di **Schüco Italia** - e una serata dal gran gala conviviale, di networking e divertimento. Filo conduttore dell'incontro, la volontà di Schüco Italia di lanciare un messaggio impattante, forte e "rivoluzionario" agli oltre 250 ospiti presenti tra imprenditori e manager, rappresentanti 123 aziende

provenienti da tutta Italia: il bisogno di evolversi in maniera compatta come network per apprezzare il business senza perdere nessuna delle opportunità che si possono presentare in questo particolare momento di mercato. "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 - ha dichiarato **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". Obiettivo ambizioso, che spiega la proposizione di contributi di autorevoli docenti della Business School di H-Farm che i serramentisti Premium Partner hanno avuto l'opportunità di ascoltare. I loro interventi ("Il futuro dell'inimmaginabile è l'obiettivo & i sei cambiamenti aziendali", e "Metamorfosi: l'evoluzione verso l'impact marketing") 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. Interventi che hanno offerto spunti molto interessanti e coinvolgenti, colti dall'azienda 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 che vede nella produzione artigianale il proprio pilastro, abbinato ad elevati livelli di servizio e attenzione per il cliente offerti, usando la tecnologia e la digitalizzazione per essere più rapidi nella creazione dei preventivi e nella capacità di "evocare" una percezione.

Forse messaggio di positività e fiducia

Pratiche virtuose e sfidanti che un'azienda come Schüco Italia può e vuole assolvere grazie a una notorietà e reputazione consolidate ed una forte identità di marca capace di durare nel tempo.



L'oltre centinaio di serramentisti presenti hanno avuto l'opportunità di ascoltare i contributi di autorevoli docenti della Business School di H-Farm con i quali hanno potuto poi dibattere



"Insieme, possiamo creare un fronte comune più forte per distinguerci" ha sottolineato **Roberto Brovazzo DG di Schüco Italia**

L'incontro si è concluso con una serata, conviviale e divertente, di gala



A sottolineare il ruolo chiave dei Premium Partner in questo processo e "chiamarli all'azione" è stato **Roberto Brovazzo**, Direttore Generale di Schüco Italia. "Insieme, possiamo creare un fronte comune più forte per distinguerci - ha dichiarato -. 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".

L'azienda ha voluto trasferire ai Premium Partner la piena consapevolezza che la singola presenza, fondamentale per la vicinanza al cliente finale, acquisisce ancora più forza e valore se inserita in un disegno più ampio di networking ben coordinato. "Ogni Schüco Premium Partner ha la propria storia e i propri punti di forza - ha sottolineato 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". Una partnership, quella con l'azienda, che vuole superare il concetto di collaborazione e diventare una relazione di fiducia, connotata dalla reciprocità. In quest'ottica, le 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 2024 è terminato con un forte messaggio di positività e fiducia nel domani: "Siamo pronti a conquistare nuove vette e a consolidare la nostra leadership - ha dichiarato in chiusura d'incontro 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". ■