



Una formula vincente

Dalla qualità non si può prescindere, perché è il mercato che la impone. Ma per emergere in un mercato sempre più competitivo ed esasperato da una corsa al ribasso dei prezzi, l'unica strada percorribile è quella di avere le giuste argomentazioni, l'attendibilità e la credibilità per far capire ai clienti quali sono i plus che contraddistinguono l'offerta di un'impresa. È questa la strategia di successo che, da diversi anni a questa parte, sta portando avanti il noto distributore di utensili a proprio marchio BFT Burzoni.

di Elisa Maranzana

Q

uello di Gian Luca Andrina, direttore commerciale di BFT Burzoni dal 2003, è un punto di vista privilegiato. In azienda dal 1991, Andrina ha infatti iniziato la sua carriera in una realtà che fatturava suppergiù quattro miliardi delle vecchie lire. Quella stessa impresa oggi vanta un giro d'affari di circa 30 milioni e mezzo di euro ed è fra i primi 15 player in Italia nel campo dello sviluppo e realizzazione di utensili per lavorazioni meccaniche ad asportazione truciolo.

Vien da sé che raggiungere risultati così significativi in un mercato sempre più competitivo ed esasperato da una corsa al ribasso dei prezzi non può che essere stato il risultato di un grande lavoro strategico, basato sì sulla qualità di prodotto, ma anche sullo sviluppo di una ben strutturata rete commerciale e di modelli di business vincenti, come ci ha raccontato lo stesso Andrina.

OFFERTA COMPLETA

Con un organico di circa 60 persone fra dipendenti diretti e agenti di vendita e quasi cinquant'anni di storia alle spalle, BFT Burzoni si rivolge principalmente al mercato italiano, con una quota estera pari a circa il 10-15% del fatturato.

“La nostra offerta”, ci spiega Andrina, “è in grado di coprire circa il 90% delle lavorazioni meccaniche e questo ci permette di raggiungere pressoché qualsiasi mercato. Il principale punto di forza che però ci viene riconosciuto è la nostra specializzazione nella realizzazione di soluzioni per lavorazioni di acciaio inossidabile e super leghe resistenti al calore”.



Gian Luca Andrina, direttore commerciale di BFT Burzoni.



Con un giro d'affari di circa 30 milioni e mezzo di euro, BFT Burzoni è fra i primi 15 player in Italia nel campo dello sviluppo e realizzazione di utensili per lavorazioni meccaniche ad asportazione truciolo.

Andrina: “La nostra strategia si pone l’obiettivo di fidelizzare il rapporto con i clienti attraverso un servizio di consulenza che si basa sulle competenze che abbiamo costruito in anni di esperienza in questo campo”.

L’azienda dispone di un magazzino di 10 milioni di pezzi suddivisi in oltre 60.000 articoli in pronta consegna, grazie al quale riesce a rispondere alle esigenze di tutti i settori della meccanica, Oil & Gas e del comparto stampi in tempo reale.

L’IMPORTANZA DELLA CONSULENZA

“Quando ho iniziato la mia carriera in BFT Burzoni il mercato era decisamente meno concorrenziale”, ci racconta Andrina. “L’avvento della globalizzazione ha fatto sì che il mondo diventasse in qualche modo sempre più piccolo: oggi ci sono molti più competitor e questo ha portato il mercato a diventare sempre più esigente. Non dico che una volta si potesse fare a



meno della qualità, ma quel che vedo ora è che adesso è diventata un aspetto determinante”.

Qualità di prodotto indubbiamente, ma anche qualità di servizio, dove per servizio non si intende solo la velocità di consegna (comunque sempre più richiesta dal mercato), ma anche l’aspetto prettamente consulenziale. Un aspetto che per BFT Burzoni è assolutamente centrale.

“La nostra strategia”, continua il Direttore commerciale dell’azienda, “ha l’obiettivo di fidelizzare il rapporto con i clienti attraverso un servizio di consulenza che si basa sulle competenze che abbiamo costruito in anni e anni di esperienza in questo campo”.

Sono molte le realtà che – negli ultimi anni soprattutto – hanno fatto la scelta di demandare quasi interamente a strumenti digitali la parte di vendita, ma, secondo Andrina, questa non è la strategia migliore, perché il valore aggiunto che può dare una buona consulenza è impareggiabile. “Un utensile specifico di qualità elevata applicato male”, fa infatti notare, “può dare risultati inferiori rispetto a un prodotto generico, ma applicato bene. E, nella gran parte dei casi, è proprio la consulenza di un addetto ai lavori a

Nell’ultimo anno BFT Burzoni ha deciso di investire molto nell’ambito della formazione.



Foto Claudio Bellòsta



fare la differenza nella scelta di un prodotto piuttosto che di un altro”.

INVESTIRE NELLA FORMAZIONE

“Dicono che o ti formi o ti fermi”, ironizza Andrina. Ed è proprio l’ambito della formazione l’altro fronte su cui BFT Burzoni ha deciso di focalizzarsi nell’ultimo anno.

“Un’azienda che investe nelle risorse umane deve essere conscia e consapevole che queste figure devono essere formate”, ci spiega. “A partire da quest’anno investiremo sempre di più nella formazione, offrendo corsi specifici sulle lavorazioni meccaniche, quindi principalmente tornitura e fresatura, ma anche su tutto il mondo legato, tra l’altro, a foratura e maschiatura. C’è chi sostiene che la formazione sia una perdita di tempo, ma nel momento in cui aiutiamo il cliente a formare i suoi addetti sulle lavorazioni meccaniche, vediamo che questo si traduce in produttività e conseguente beneficio economico da un duplice punto di vista. Da una parte quello del saving, perché magari, proprio grazie alla formazione, migliora l’utilizzo degli utensili che quindi verranno sprecati meno; dall’altra quello della produttività e quindi del costo orario, proprio grazie all’implementazione di

Per emergere in un mercato sempre più competitivo BFT Burzoni ha puntato sulla consulenza tecnica da abbinare ai prodotti offerti, sulla formazione, e – naturalmente – anche su una qualità sempre più elevata dei prodotti.

migliori strategie operative e al raggiungimento di ottime performance”.

Ancora una volta quindi, al centro di tutto, c’è l’uomo. L’uomo che opera, l’uomo che lavora, l’uomo che fa la differenza. Questo naturalmente al di là delle tendenze di mercato. “Come manifattura italiana, seconda in Europa, non possiamo prescindere dall’importanza delle risorse”, ribadisce Andrina.

QUALITÀ DI PRODOTTO

Per emergere in un mercato sempre più competitivo BFT Burzoni ha quindi voluto puntare sulla consulenza tecnica da abbinare ai prodotti offerti, sulla formazione, ma – naturalmente – anche su una qualità sempre più elevata delle sue soluzioni.

“Noi addetti ai lavori”, ci conferma anche Andrina, “sappiamo bene che percorrere la strada della qualità è oneroso. Oneroso in termini economici e di tempo, ma è qualcosa da cui non possiamo prescindere perché è il mercato che la impone. Quello stesso mercato che, sempre di più, è esasperato da una corsa al ribasso dei prezzi, e dove l’unica strada percorribile per emergere è quella di avere le giuste argomentazioni, l’attendibilità e la credibilità per riuscire a trasmettere ai nostri interlocutori i plus che ci contraddistinguono. Sul fronte dell’offerta, in particolare, dobbiamo ringraziare anche i nostri clienti, perché sono loro ad alzare i nostri standard qualitativi”.

La continua ricerca di innovazioni tecniche rappresenta infatti un elemento imprescindibile per BFT Burzoni, che, tra i principali obiettivi, si pone quello di garantire produttività soddisfacenti con tempistiche brevi di lavorazione a fronte di un consumo ridotto di energia.