

BERTOCCHI ARREDAMENTI: RADICI SOLIDE E VISIONE INNOVATIVA

22

Alberto Bertocchi, architetto e titolare dell'azienda fondata dal padre nel 1964, parla delle strategie di crescita e delle sfide del mercato sottolineando quanto formazione, comunicazione e partnership virtuose siano essenziali per presidiare il territorio

di Arianna Sorbara

Q

uando nasce Bertocchi Arredamenti?

La nostra attività inizia nel 1964, quando mio padre Giordano fondò una piccola falegnameria in via degli Orti a Bologna. Nel tempo, la passione e la dedizione ci hanno permesso di crescere e di trasferirci nella zona industriale Roveri, negli anni '80, dove si trova la nostra sede attuale. La falegnameria rimane il cuore pulsante della nostra attività, permettendoci di realizzare arredi su misura per ogni ambiente della casa. Nel corso degli anni, abbiamo affiancato a questa attività la rivendita di arredi, creando uno showroom di 500 mq con una selezione accurata di partner italiani.

Quali prodotti proponete?

La nostra offerta è molto ampia e comprende arredi su misura e marchi commerciali per tutta la casa, incluso il bagno, un settore che abbiamo recentemente integrato con successo. Il nostro team è composto da una venditrice, anch'essa architetto, e da artigiani esperti che si occupano della produzione e della consegna degli arredi.

Qual è il vostro giro d'affari e a quale target di clientela vi rivolgete?

Il nostro fatturato si aggira intorno a 1,5 milioni di euro. Lavoriamo principalmente a Bologna e provincia, rivolgendoci a un target di clientela medio e medio-alto, che ricerca qualità e personalizzazione.

Qual è stato il punto di partenza del vostro business: le cucine o l'arredamento per la casa?

Abbiamo iniziato con le cucine negli anni '80, per poi ampliare gradualmente la nostra offerta a tutti gli ambienti della casa. Il nostro obiettivo è fornire un servizio chiavi in mano, per questo stiamo introducendo anche soluzioni per l'illuminazione, i rivestimenti, le tende e le carte da parati.

L'assenza di vetrine su strada ha rappresentato un ostacolo per la vostra attività?

Il nostro business si è sempre basato sul passaparola, volano molto importante e che ci ha portato i clienti direttamente in negozio, pur non avendo un'esposizione su strada. Nel tempo il passaparola è stato sostituito da Internet e, più in generale, dalla comunicazione sul Web. La presenza online ci ha permesso di aumentare la notorietà e di comunicare i valori e il know-how della nostra azienda e questo è arrivato direttamente al consumatore finale che si è poi rivolto a noi.

Quanto investite in pubblicità ogni anno?

Investiamo circa 35.000 euro all'anno in attività online, sito web, social media e campagne pubblicitarie su quotidiani locali e nazionali.

Cosa vi distingue dai vostri concorrenti?

La nostra capacità di realizzare arredi su misura e di offrire un ser-

Alberto Bertocchi,
architetto.
Dal 2012 è titolare
dell'azienda fondata
dal padre nel 1964.



Le cucine rappresentano circa il 40% del fatturato di Bertocchi Arredamenti, confermando il settore trainante dell'attività.



vizio completo, con un unico interlocutore che segue il cliente in tutte le fasi del progetto.

Per la parte custom lavoriamo molto bene anche con architetti e designer che disegnano arredi e oggetti personalizzati per i loro clienti, e ricorrono a noi per la realizzazione.

Qual è l'incidenza delle cucine sul vostro fatturato?

Le cucine rappresentano circa il 40% del nostro fatturato, confermandosi il settore trainante della nostra attività.

Quali marchi proponete ai vostri clienti?

Per le cucine collaboriamo con Stosa, Arredo3 e Doimo attraverso un'esposizione di 4/5 cucine in showroom.

Per quanto riguarda, invece, gli elettrodomestici?

Lavoriamo con tutti i brand, soprattutto con Whirlpool, Electrolux, Bosch e Hotpoint Ariston. Siamo anche rivenditori ufficiali Neff, marchio che

abbiamo scelto per l'esposizione perché ha un'affidabilità elevata, è attento all'innovazione e al design e ha delle funzioni molto performanti. Neff ci permette di attrarre una clientela esigente, che richiede un prodotto dall'altro valore aggiunto ed è meno sensibile alle promozioni e ai pacchetti proposti dai marchi commerciali. Inoltre, essendo un marchio tutelato, garantisce prezzi stabili e difficilmente riscontrabili online a cifre inferiori.

Come selezionate i fornitori?

Con Arredo3 abbiamo instaurato una collaborazione di lunga data, che dura da circa vent'anni; con Stosa abbiamo iniziato 5/6 anni fa, mentre con Doimo è un rapporto più recente.

Cerchiamo aziende solide, che offrano prezzi in linea col mercato, e siano attente a quelle che sono le linee, le tendenze e i gusti del mercato moderno.



Quali sono i plus dei vostri fornitori?

La scelta di collaborare con Arredo3, Stosa e Doimo è dettata dalla loro capacità di rimanere al passo con i tempi, dalla prontezza nell'aggiornare i loro cataloghi e dalle promozioni che offrono ai clienti. Il loro posizionamento versatile ci permette di soddisfare un'ampia gamma di clienti, garantendo sempre la loro piena soddisfazione. Inoltre, la decisione di limitare il numero dei nostri fornitori a tre ci consente di instaurare rapporti di collaborazione stretti e basati sulla fiducia reciproca, assicurando un supporto costante e affidabile.

Quali vantaggi offre la realizzazione di cucine su misura?

Grazie alla progettazione particolareggiata, queste soluzioni hanno diversi vantaggi, come avere la capacità di organizzare al meglio gli interni, sono integrabili e riparabili senza difficoltà anche a distanza di tempo. Le cucine artigianali sono, infatti, del tutto adattabili ed è possibi-

I SERVIZI OFFERTI DA BERTOCCHI ARREDAMENTI

ALCUNI DEI SERVIZI CHE SONO SEMPRE INCLUSI NELLE VENDITE:

- Rilievo misure a domicilio prima dell'ordine
- Scelta definitiva colori e materiali solo dopo il sopralluogo per verificare l'abbinamento dei colori con i materiali presenti nell'ambiente da arredare
- Realizzazione schema attacchi e punti luce, ulteriore sopralluogo durante i lavori, se richiesto
- Consigli su materiali, carte da parati e colorazioni delle pareti
- Montaggi curati da addetti specializzati
- Bertocchi rende ispezionabili tutte le prese di corrente e le scatole elettriche, crea ogni passaggio per cavi necessario al funzionamento delle apparecchiature, secondo richieste ed esigenze del cliente
- Assistenza post vendita per regolazione cerniere
- Il laboratorio interno di falegnameria e l'esperienza dei montatori consente di adattare anche arredi esistenti a nuovi ambienti

25

le scegliere i materiali, le conformazioni, le dimensioni e lo stile.

Come vi sostengono i vostri partner?

Tutti i nostri partner propongono corsi di formazione su temi di marketing e tecniche di vendita, webinar dedicati sugli elettrodomestici, corsi sull'uso dei software oppure momenti dedicati in azienda per presentare i nuovi prodotti e tutte quelle specificità che servono in modo da poter spiegare meglio anche ai privati tutti gli aspetti delle cucine.

Parlando, invece, di tendenze, quali sono gli stili e i modelli più richiesti?

La cucina a isola, dai colori neutri, mentre per gli elettrodomestici piace molto il nero. Quello del quale ci siamo accorti è che molto spesso i clienti sono influenzati da quello che vedono sui social, ma il più delle volte le ambientazioni non corrispondono alla realtà delle case in città...

In questo caso cosa propone?

Cerchiamo di capire le reali esigenze del cliente e capiamo con lui quali sono gli spazi che sfrutterà maggiormente per creare un giusto equilibrio tra le stanze.

Ci capita molto spesso di trovarci a ragionare su ambienti unici: le case, soprattutto quelle moderne, dispongono di un soggiorno con angolo cottura e quindi per me è fondamentale far capire al cliente che non dobbiamo ragionare sulla cucina in sé, ma su come verrà usata e vissuta.

Per questo la vostra esposizione è composta da modelli meno scenografici e più realizzabili. Con che frequenza l'aggiornate?

Esponiamo modelli nuovi e i best seller, principalmente dai colori neutri e design moderno e l'aggiorniamo ogni in media ogni 3/4 anni. □



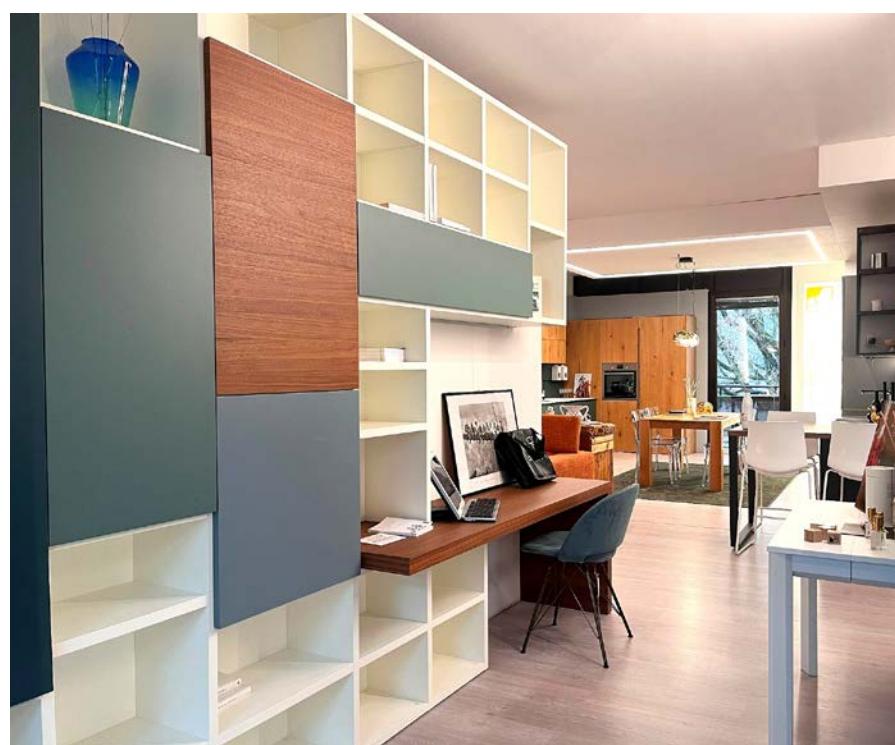
26

Siete partner di Abitativo, ce ne parla?

Si tratta di un sistema guidato e professionale, ideato per aiutare i retailer a realizzare l'arredamento migliore per il cliente. È un percorso che si compone di 12 step che permette di seguire la clientela in modo molto scrupoloso, da quando entra in negozio fino alla fine dei lavori. L'obiettivo è quello di aiutarlo nella scelta dell'arredamento mentre sta ristrutturando o sta comprando casa. Per questo il sistema Abitativo inizia con uno studio approfondito e meticoloso di tutte le esigenze della persona o della famiglia che vivrà la casa, delle abitudini quotidiane, dei desideri e delle caratteristiche degli ambienti e del budget di spesa. Del resto, è noto, la ristrutturazione può essere un momento molto stressante e dato che è un impegno che si fa una, massimo due volte nella vita, va gestito e organizzato al meglio.

In quali aspetti è migliorato il vostro business da quando fate parte di Abitativo?

Siamo entrati in Abitativo circa due anni e mezzo fa e da allora approcciamo il cliente in modo molto più professionale e preciso; è migliorata la nostra capacità di programmare a lungo termine e di progettare una casa dalla ristrutturazione al chiavi in mano. Questo ci ha permesso anche di allargare l'offerta e di inserire prodotti quali pavimenti, rivestimenti, illuminazione. In più al cliente offriamo l'assistenza garantita Abitativo



L'offerta di Bertocchi Arredamenti è molto ampia e comprende arredi su misura e marchi commerciali per tutta la casa, incluso il bagno, un settore che ha recentemente integrato con successo.

che si prende cura della sua casa per 10 anni, tramite servizi di pronto intervento per gli arredi e per gli ambienti.

Per i retailer che fanno parte di questo network, Abitativo mette a disposizione dei corsi di formazione sulle tecniche di vendita con incontri online e in presenza.

La vostra clientela è cambiata?

Si è ampliata. Ci è capitato, infatti, di collaborare anche con dei costruttori per i quali abbiamo ricreato i loro appartamenti con la realtà virtuale per mostrare come avrebbero potuto essere in fase di vendita. Certamente, tutto molto stimolante.

Cosa pensa, invece, dei monomarca?

Sono dei competitor. A differenza di un multimarca si propongono con offerte più aggressive e con una comunicazione più forte. Per il privato andare a comprare una cucina in un monomarca è attrattivo perché ha la sensazione di acquistare una cucina direttamente in fabbrica, e di spendere meno. Hanno delle esposizioni molto impattanti e curate, offrono chiaramente un'immagine diversa rispetto a un multimarca.

Qual è la sua opinione sull'offerta attuale del mercato?

Per la mia esperienza posso dirle che vedo un'eccessiva omologazione che porta a un appiattimento generalizzato. Questo crea confusione nel mercato, il che rende fondamentale per i negozi differenziarsi attraverso la progettazione e il servizio di livello.

Quali sono gli obiettivi a medio/lungo termine per Bertocchi Arredamenti?

Vogliamo ampliare ulteriormente la nostra offerta: abbiamo creato di recente una materoteca interna, nell'arredobagno vogliamo inserire i sanitari, che a oggi non trattiamo. Abbiamo anche un progetto per allargarcici agli arredi esterni.

In futuro ci piacerebbe creare collaborazioni con altri professionisti della zona, quali architetti, interior designer, agenzie immobiliari e costruttori, perché sono partnership molto interessanti che possono generare nuove opportunità di business.

PC