

Non solo immagine

Finestra come sistema complesso ad alto contenuto tecnico-prestazionale. Sostituzioni unico mercato. Fiore all'occhiello, il brand dedicato Finestra Plus. Blog quale asset strategico, spazio "didattico" condiviso per rispondere ai quesiti del cliente/by Franco Ligabò



Lo show room Isolandia.



Valentina Biggio e Marco Asti.

Una storia singolare, quella che vi raccontiamo in queste pagine. Soprattutto in un periodo dove, per vendere (anche serramenti), spesso si utilizzano "effetti speciali" di varia natura. Prezzo compreso. Al di là, ovviamente, della "sana" competizione.

Stiamo parlando di Isolandia: rivendita di finestre per il solo mercato del rinnovo, 120 metri quadrati a Chiavari, nel genovese Golfo del Tigullio, 2 addetti show room per vendita e area tecnica, 3 posatori. Segni particolari? Competenza tecnica e passione per il prodotto. Tanto che, prima di proportelo, te lo spiegano per filo e per segno, rispondendo a qualsiasi tua domanda. Insomma, vogliono che tu sappia cosa acquisti. Al di là di ogni ragionevole dubbio.

Pionieri dalle origini

Una storia con nel Dna la tendenza ad anticipare i tempi. Siamo nel 1986, quando Renzo Biggio, assieme alla moglie Anna Caminati, fondano l'azienda come rivendita di porte e finestre. E già qui siamo un passo avanti rispetto ai tempi: "Allora - dice la figlia Valentina Biggio, oggi alla guida dell'azienda di famiglia - non esisteva il concetto di show room; anzi, era considerata un'idea balzana, quasi derisa dai colleghi di zona, perlopiù concentrati sul taglio e l'assemblaggio dell'alluminio".

Poi cosa succede?

"Già a partire dal 1989 - prosegue Valentina Biggio - Renzo e Anna iniziano a com-

Identikit

ISOLANDIA

Nascita: 1986, su iniziativa di Renzo Biggio assieme alla moglie Anna Caminati

Sede: Chiavari (GE)

Superficie: 120 m² area espositiva e ufficio, oltre a una zona interattiva con doppio monitor per mostrare foto lavori o configurazioni al cliente e zona di attesa con acquario tropicale

Addetti: 2 show room per vendita e area tecnica, 3 posatori

Prodotti: finestre in Pvc e legno-alluminio Internorm, finestre in legno De Carlo

Materiali: Pvc 80%, legno-alluminio 15%, legno 5%

Altri prodotti: (prodotti complementari, impiegati nel 70% delle ristrutturazioni) zanzariere plissettate Squalonet e sistema di oscuramento Eclypser (Dfm); frangisole e sistemi intradosso (Hella)

Interventi: solo ristrutturazioni

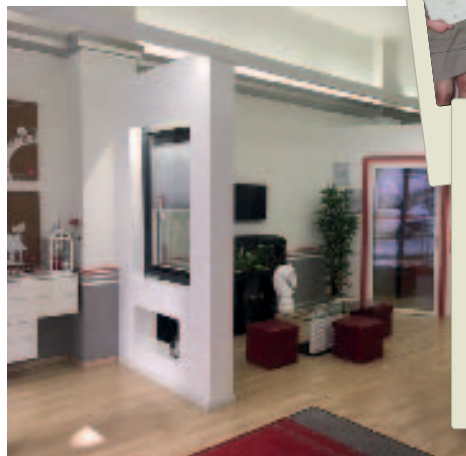
Area mercato: Genova e provincia; per richieste di "Finestra Plus", fino a 200 km di distanza

Clienti: Privato 80%, Architetti/Progettisti 20%

mercializzare e installare finestre dell'austriaca Internorm, diventandone, di fatto, il primo installatore in Italia. In una fiera, vedono uno spezzone di serramento esposto in un piccolo e anonimo banchetto. E subito scatta la collaborazione con il distributore dell'epoca, la Plus Componenti e il geometra Berti, visto che in quell'anno non esisteva ancora la filiale italiana di Internorm. E quello 'spezzone' - mi piace chiamarlo così - viene percepito come diverso da tutte le finestre in Pvc di allora, soprattutto per l'ingombro del nodo centrale, tanto da inserirlo nello show room".

Anni duri per il Pvc...

"Ovviamente, a inizio anni Novanta, era molto difficile vendere finestre in Pvc, so-



prattutto in una zona dove l'alluminio la faceva da padrone.

Mio padre, da sempre un tecnico dotato di grande estro e senso pratico, coglie da subito l'importanza dell'isolamento termico quale caratteristica essenziale della finestra.

Le ricordo che, già negli anni Ottanta, produceva controtelai in legno, che di certo non incontravano il favore delle imprese edili dell'epoca, abituate ai tubolari in ferro zincato.

Ma, nonostante le difficoltà iniziali, il tempo gli ha sempre dato ragione.

Così, l'azienda è diventata un punto di riferimento nel Golfo del Tigullio - e non solo - con migliaia di installazioni effettuate".



Nelle foto dall'alto:

Anno 1991. Anna Caminati e il marito Renzo Biggio con la piccola Valentina, assieme all'amico geometra Franco Berti, ricevono la targa Internorm "1° Concessionario in Italia".

Anno 2015. Marco Asti e Valentina Biggio sono premiati per i 25 anni di Isolandia quale partner Internorm da Daniele La Sala, ad Internorm Italia

Poi entra in azione la figlia...

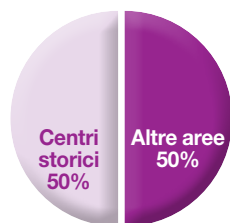
"Siamo al 2013, anno di svolta per l'azienda, anno del cosiddetto passaggio generazionale. E qui devo parlare per forza di me... L'azienda, infatti, passa nelle mie mani. Una successione non 'dinastica', ma con alle spalle una concreta esperienza da me direttamente fatta in azienda come consulente alle vendite. Uno 'stage' durato sei anni, fianco a fianco di mia madre Anna all'interno dello show room, da cui ho assorbito la passione per il serramento. Lo stesso anno vede l'ingresso in azienda di Marco Asti, che tutt'oggi svolge il ruolo di tecnico, occupandosi di rilievo misure, progettazione e seguendo direttamente la posa in opera di ogni commessa".

Evoluzione costante

Largo ai giovani, si direbbe. Cosa succede dopo?

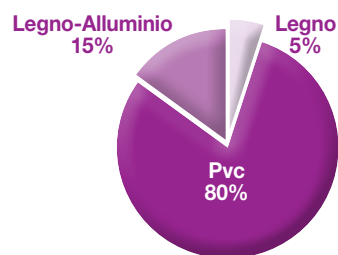
"Il primo anno è stato transitorio. Abbiamo puntato al rafforzamento della partnership con Internorm, di cui siamo 1st window partner da sempre, rifacendo completamente lo show room e focalizzandoci sul prodotto finestra. Ma la sola presenza fisica dello show room oggi non è più sufficiente ad attrarre nuovi clienti. Così, cresce la consapevolezza di dover offrire anche un servizio di posa orientato a qualificare il lavoro del serramentista. Ed ecco i corsi di posa in opera orientati all'uso di nastri autoespandenti, barriere vapore e sistemi intradosso, tanto per fare qualche esempio. Ma è soprattutto l'amicizia nata con Guido Alberti, il fondatore di posaqualificata.it, che ci ha dato grande slancio per proporci come professionisti in un mercato sempre più esigente e selettivo. Ma serve dell'altro".

Ristrutturazioni*



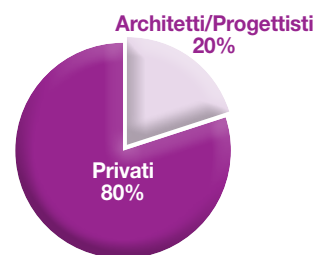
*Destinazione unica del prodotto

Materiali e Prodotti*



*Core business: finestre nei tre materiali; prodotti complementari (nel 70% delle ristrutturazioni): zanzariere plissettate, sistemi di oscuramento, frangisole, sistemi intradosso

Clienti



Chiavari (GE). Palazzo d'epoca. Restauro conservativo: finestre in Pvc Internorm KF200 con traversine alla genovese applicate su vetrocamera.



Siamo, infatti, in un periodo di piena contrazione economica dei consumi...

“Proprio così. La contrazione economica e la crescente nascita di competitor a basso costo richiedono di proporre qualcosa in più. Così, nel 2015 nasce il nuovo brand dedicato alle sostituzioni: Finestra Plus”.

Ce ne parli...

“Si tratta del sistema di installazione dedicato al mercato delle sostituzioni. Volevamo offrire qualcosa di esclusivo al nostro cliente, qualcosa che i nostri concorrenti non vogliono fare, perché rischioso, perché richiede tempi di posa più lunghi e, soprattutto, perché richiede specializzazione, sempre più merce rara in un mercato fatto di rivenditori generalisti. Il sistema Finestra Plus, che prende il nome dall'omonimo brand, consente al cliente finale di

avere nuove finestre senza perdere superficie vetrata, senza opere murarie, senza dover rifasciare e nascondere il vecchio legno”.

Clienti e mercato

Entriamo nel merito dei clienti...

“La tipologia dei nostri clienti - ci dice Marco Asti - è composta per l'80% da privati e per il restante 20% da architetti/progettisti”.

Mercato delle sostituzioni. Quindi, lunga vita al 65%...

“Sarebbe ingenuo negare la funzione positiva del bonus fiscale: boccata d'ossigeno per il comparto edilizio e, di conseguenza, per quello dei serramenti, oltre che strumento per contrastare lavori 'in nero'. Comunque, visto che il nostro prodotto si rivolge alle fasce medio-alta e alta del mercato, soprattutto in fatto di le-

gno-alluminio e legno, per noi il 65% influisce fino a un certo punto. Il cliente che cerca il top, conoscendo le elevate caratteristiche tecnico-prestazionali dei serramenti da noi proposti e le tecniche di posa da noi adottate, non vi rinuncerebbe per risparmiare a tutti i costi. Non vorrei sembrare cinico, ma, se sparisse il 65%, dal mercato sparirebbero quei serramenti di scarsa qualità giocati prevalentemente sul prezzo. A vantaggio del prodotto fatto a regola d'arte”.

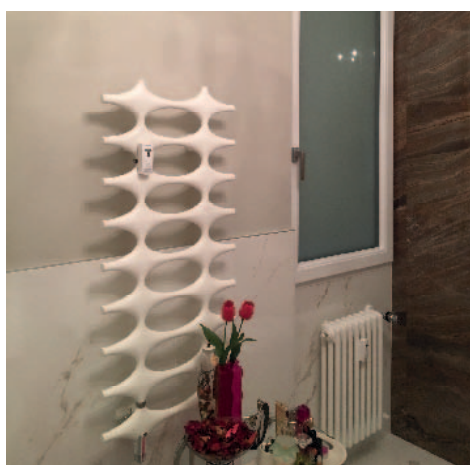
Torniamo al cliente architetto. Ha una conoscenza adeguata del serramento?

“Qui tocchiamo un tasto dolente. Molti non conoscono la complessità del prodotto finestra, che ha indubbiamente una valenza architettonico-arredativa, ma basata su un sofisticato substrato tecnico-costruttivo. Così, spesso, nei loro progetti, il serramento è visto come un componente meramente 'decorativo'. Con richieste che prescindono dalla concreta fattibilità: sagome e dimensioni irrealizzabili, anche al di là delle molte possibili varianti non standard. Serve, quindi, una 'didattica' mirata sia sulla anatomia del serramento, come è fatto, sia sulla sua fisiologia, come funziona. E, soprattutto, il progettista dovrebbe diventare il protagonista nella progettazione del sistema finestra come stabilito dalle norme Uni:10818 e Uni:11673. Invece, ancora troppo spesso, per mancanza di adeguata formazione, delega il tutto al serramentista. Non significa scaricare la patata bollente al solo progettista; anzi, mi piace molto dare il mio supporto tecnico quando richiesto. Ma spesso vedo cose che mi intristiscono, perché vedere nel 2017 fare interventi di ristrutturazione commettendo errori banali, come la piana passante



Da sinistra, **Colline di Leivi (GE)**. Villa privata. Ristrutturazione: alzante scorrevole Internorm KS430 in Pvc bianco con frangisole motorizzato esterno Hella ar92 color avorio.

Fidenza (PR). Antico casale del 1600. Nuovi infissi Internorm in legno-alluminio HF310 laccati neri con maniglia in acciaio.



Chiavari (GE). Appartamento. Ristrutturazione: serramento Internorm KF410 in Pvc bianco (a sinistra con vetro satinato) sistema di montaggio Finestra Plus. Da notare il "gioco" tra il fermavetro arrotondato, molto richiesto nelle ristrutturazioni e la maniglia squadrata dal design moderno, solitamente richiesta più sul nuovo.

e l'uso di controtelai in ferro zincato, è una pugnalata al cuore. In questi casi, sarebbe meglio pensare meno ai crediti formativi e di più a qualificare il lavoro del cliente".

Blog, asset strategico

E in questa ottica rientra a pieno titolo il blog che avete ideato...

"La nostra azione di marketing è incentrata proprio e solo sul sistema Finestra Plus, comunicato tramite il blog finestraplus.com che, con cadenza quasi settimanale, ospita articoli, approfondimenti, quesiti e risposte su Facebook".

Una sorta di formazione permanente...

"Una definizione appropriata. Ma con una particolarità. Non si tratta di astratte 'lezioni' accademiche, da freddo e arido protocollo tecnico. Ma si parte dalle domande concrete poste dal cliente, legate alla sua quotidianità, per offrire utili indicazioni basate su rigorose

argomentazioni tecniche, ma spiegate in termini semplici e alla portata di tutti. Insomma, un dialogo a 'tu per tu' che, stando ai click, sta suscitando crescente interesse. Rivelandosi, tra l'altro, assieme al 'passaparola', un efficace strumento per acquisire nuovi clienti, oltre che per fidelizzare quelli esistenti".

Qualche esempio dei temi più gettonati?

"In estrema sintesi: come evitare inutili opere murarie, come ottenere un efficace isolamento termico, come proteggersi dal rumore, come prevenire la formazione di muffe, come non restringere la parte vetrata diminuendo la luce che filtra dall'esterno, ruolo del sistema cassonetto isolato. Temi, come detto, affrontati partendo dalle concrete domande degli interlocutori. E contestando - 'Quello che non ti hanno detto...' - certe pseudo-soluzioni, autentiche 'bufale' di operatori improvvisati o dei 'furbetti' di turno".

Un servizio coi fiocchi. Ma quali le garanzie offerte?

"Noi la chiamiamo Tripla Garanzia Sistema Finestra Plus. Tutto nero su bianco: a nostro carico eventuali opere murarie non previste e non concordate in precedenza; garanzia 100% contro spifferi e infiltrazioni dal nuovo telaio, risolvendo a nostre spese per ben cinque anni l'insorgere di tali problematiche; prezzi fissi e invariabili, a nostro carico eventuali lavorazioni extra non imputabili a richieste successive del cliente.

Sempre in tema di servizio, lo show room ospita anche uno spazio dedicato alla progettazione del serramento: una zona interattiva dotata di doppio monitor per mostrare al cliente una galleria di lavori fatti e varie configurazioni dell'infisso, così da fargli 'vedere' in anteprima le possibili soluzioni ambientate".