di Anna Rucci

STORIA DI UN CONTINUO RINNOVAMENTO

Saglietto Ceramiche è sinonimo di tradizione e di innovazione, mix fondamentale per proporre soluzioni di arredo a clienti molto esigenti che nel momento dell'acquisto chiedono al distributore sempre maggiore professionalità, creatività ed assistenza.

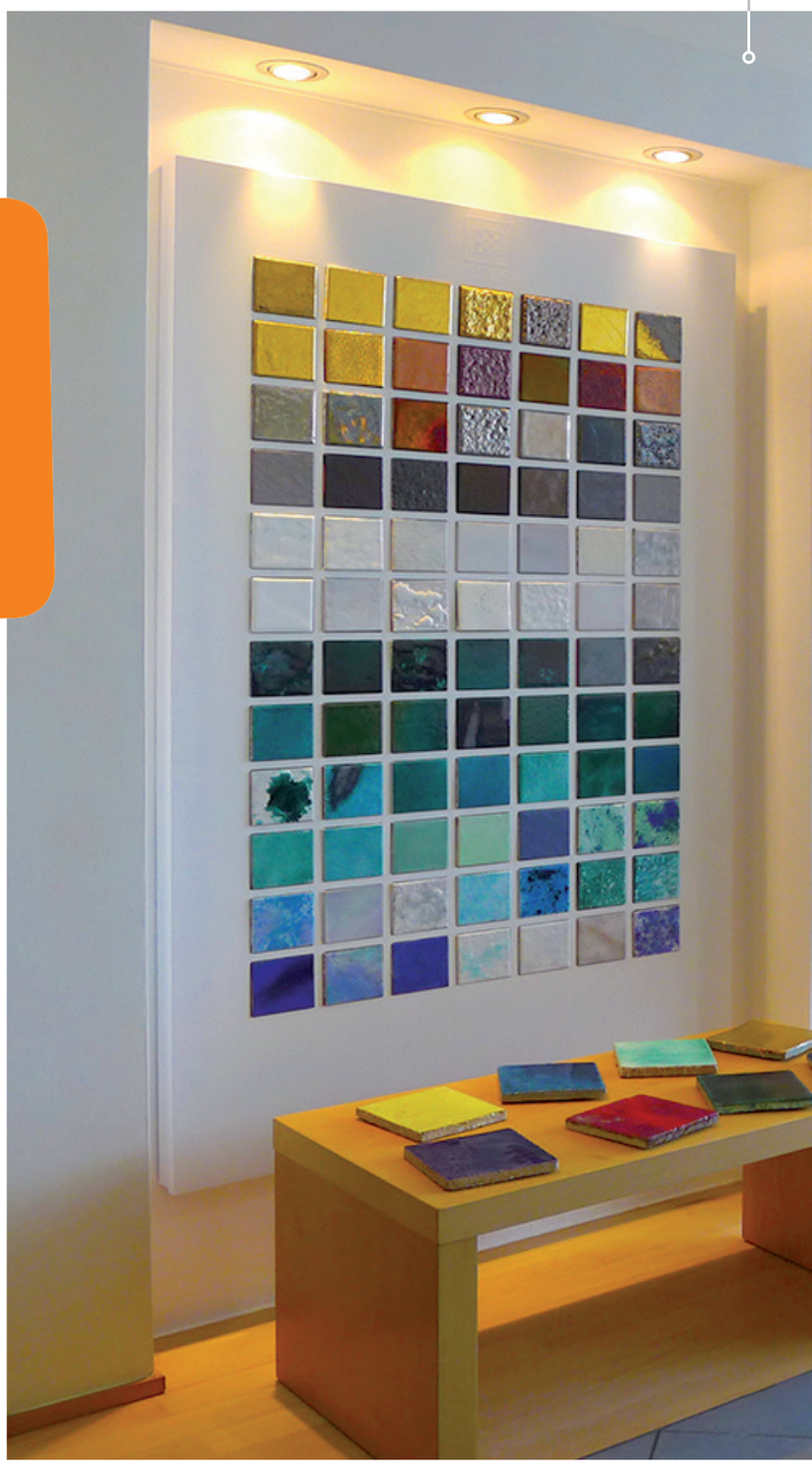
VICINI AL CLIENTE

«Assistiamo il cliente anche in fase di progettazione, siamo puntuali e veloci delle consegne, ma è soprattutto il nostro sopralluogo a casa del cliente a essere molto efficace per concludere la trattativa in maniera favorevole».

MARCO SAGLIETTO
contitolare di Saglietto Ceramiche

Con l'ingresso nel 2001 di Marco Saglietto, terza generazione della famiglia, la Saglietto Giuseppe che, dopo un lungo periodo di lavoro nella produzione di marmette in cemento e graniglia di marmo, si era già affermata nella distribuzione di pavimenti e rivestimenti in ceramica, decide di lanciare un nuovo marchio, per comunicare con maggiore precisione il suo campo d'azione. Si fa quindi conoscere come Saglietto Ceramiche e punta a un **continuo rinnovamento** che è forte sia a livello motivazionale che strategico perché c'è il desiderio di raggiungere anche la clientela più esigente dei **privati** e **progettisti**, senza comunque rinunciare alla collaborazione con le imprese edili che erano state il principale target di riferimento. «Per dialogare con il mondo della progettazione – afferma il giovane imprenditore imperiese – abbiamo dovuto fare delle scelte. Innanzitutto abbiamo **ampliato** la **gamma** affiancando alla **ceramica** altri materiali quali **parquet, sanitari**, **rubinetterie** e **arredo bagno**, dopo di che l'impegno si è spostato sul rinnovamento della sala mostra dove un radicale restyling estetico e funzionale ci ha permesso di esporre e raccontare i prodotti in maniera più intelleggibile. Un altro investimento è stato fatto sulla nostra **formazione professionale**, un fronte su cui siamo costantemente impegnati per stare al passo con i cambiamenti del mercato. Inoltre, recentemente abbiamo attivato una **collaborazione** con **un'agenzia milanese** esperta in **comunicazione e salesmarketing sul settore architettura e design**».

Il layout della showroom, di 300 metri quadrati, è basico, tattile. Il design è elegante e pulito per dare massima visibilità ai materiali, ai prodotti in tutte le forme e colori.



NUOVE OCCASIONI DI BUSINESS

Oltre ad aver avviato una **collaborazione** con **l'Ordine degli architetti della provincia di Imperia** per offrire ai professionisti l'opportunità di aggiornamento presso il punto vendita e le sedi dei suoi fornitori, nel 2012 Saglietto Ceramiche ha stipulato accordi anche con **Fiaip** che raggruppa gli **agenti immobiliari della provincia di Imperia**, e **Coo.A.Di.**, un **gruppo** di acquisto che rappresenta la maggior parte di **alberghi e bed&breakfast locali** con l'intento di offrire agli associati condizioni d'acquisto esclusive, grazie al rapporto di grande collaborazione che l'azienda ha con alcuni dei suoi fornitori. «Pur sapendo che la recessione in atto non incoraggia a costruire, rinnovare e ristrutturare – spiega Marco Saglietto – abbiamo ritenuto utile avviare queste iniziative per **avvicinare nuove realtà** e creare le basi per future collaborazioni. Con Coo.A.Di., che ha una certa penetrazione nel tessuto ricettivo locale, abbiamo già realizzato alcuni lavori e ci auguriamo che questo accordo possa avvantaggiarci rispetto ad altri competitor quando l'economia ripartirà».

I prodotti sono esposti in 16 ambientazioni che presentano per lo più sale bagno, corredati da più varianti presentate su pannelli sinottici

Per offrire a privati e professionisti la possibilità di creare gli abbinamenti più congeniali al loro progetto, all'interno dello showroom è stata creata un'area ad hoc attrezzata con grandi piani di lavoro compositivi e cassettiere dove è raccolta una serie di materiali in pezzi sfusi

Da parte vostra c'è una continua ricerca di nuove opportunità?
«Purtroppo oggi in Italia è praticamente impossibile parlare di nuove costruzioni e, dato che anche a livello locale riscontriamo un'analoga situazione, la nostra decisione è stata quella di spostarci sulla **ristrutturazione** e farlo nel modo più trasversale possibile coinvolgendo, tramite **convenzione ed eventi**, tutti gli attori del mercato aprendoci anche al **canale ricettivo** per essere, nel momento in cui l'economia dovesse ripartire, all'altezza di tutte le loro singole richieste. Abbiamo da poco attivato **collaborazioni in Costa Azzurra** e stiamo allargando gli orizzonti anche su aree non strettamente domestiche, ma che stanno dimostrando buone potenzialità commerciali».

Cercate un posizionamento anche sul contract?
«L'ambizione è pure questa. Gli **accordi** che abbiamo siglato con alcuni **ordini professionali** e **associazioni di categoria** vanno in questa direzione. Affidiamo la nostra comunicazione a un'agenzia specializzata proprio con l'intenzione di dare una veste più professionale ai contenuti tecnici e commerciali, per poter dialogare anche con realtà molto diverse da quelle della nostra clientela tradizionale e locale».