

Effetto globalizzazione

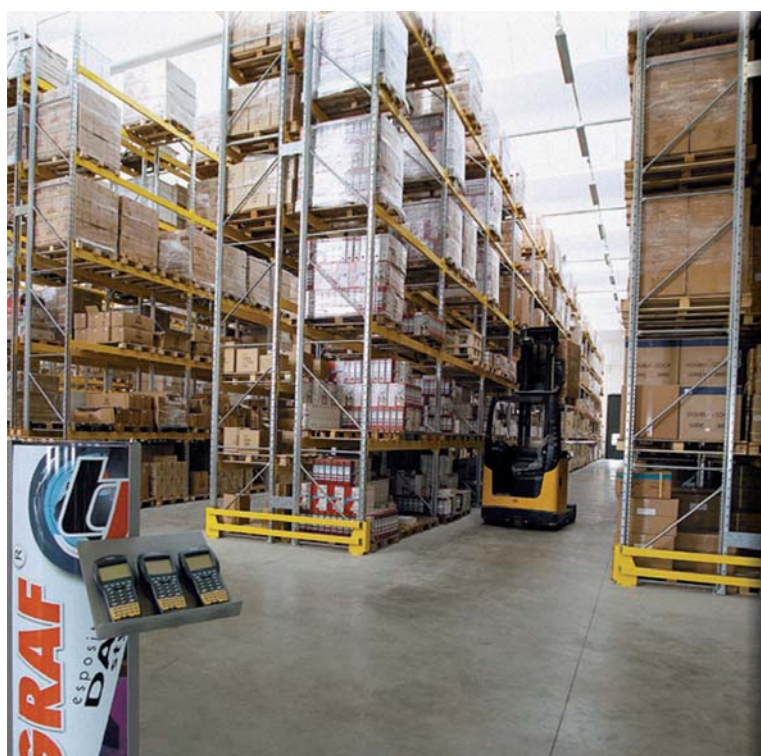


Giuseppe Tosin

**Come competere con i prodotti d'importazione?
Per Tosingraf la scelta è quella di innalzare il livello
di qualità. E di puntare sulla comunicazione
diretta al cliente attraverso una forza vendita
preparata e competente**

C'è un'azienda ormai storica, **Tosingraf**, che ha contribuito a creare e sviluppare quello straordinario fenomeno socio-produttivo identificato ovunque come "modello Nord Est". E che oggi si trova a dover competere con un altro fenomeno altrettanto straordinario: quello di una rapida e pervasiva diffusione di prodotti cinesi, e di una globalizzazione che in pochi anni ha di fatto sconvolto il mercato mondiale. "Ma come si può competere – si chiede **Giuseppe Tosin**, Presidente di Tosingraf – con aziende che producono e vendono a prezzi improponibili per i costi del nostro sistema socio-produttivo? Lo si può fare solo in due modi: adeguandosi ai loro standard, o puntando su un livello di qualità che possa marcare in modo molto netto la differenza fra i prodotti d'importazione e i nostri. Ed è la strada che noi abbiamo scelto". A supporto di questa scelta, in Tosingraf vengono adottate politiche di marketing molto mirate, basate fra l'altro su una valutazione comparativa degli articoli in competizione. Ad esempio, accompagnando gli articoli con schede tecniche che evidenziano le certificazioni di sicurezza e di qualità, certificazioni che possono essere attribuite solo a certe condizioni. Su questo aspetto specifico, in particolare,

l'azienda imposta una consistente campagna d'informazione, affidata per quanto riguarda la comunicazione direttamente alla forza vendita, diretta con grande professionalità dalla Signora Camporini che in quanto cerniera di collegamento fra produzione e distribuzione



rappresenta un elemento strategico di primo piano nella politica di Tosingraf.

L'assistenza al cliente come punto di forza

Sulla preparazione e sulla professionalità degli Agenti, infatti, l'azienda punta per promuovere l'informazione sul prodotto nella fase di pre-vendita, ma anche per sostenere tutta quell'attività di post-vendita che rappresenta un importante valore aggiunto legato all'articolo Tosingraf e che si traduce in una continuativa assistenza tecnica rivolta sia ai clienti diretti – principalmente grossisti e fornitori – sia agli utilizzatori finali clienti dei grossisti. Il settore delle macchine da ufficio è infatti complesso, e la disponibilità dell'Agente può veramente fare la differenza in termini di sicurezza per il cliente e quindi di fidelizzazione all'azienda. "Sonni tranquilli con Tosingraf – si legge infatti sul sito Internet – i nostri tecnici conoscono ogni vite delle macchine che proponiamo e siamo in grado quindi di muoverci con rapidità e sicurezza in ogni intervento di manutenzione e

assistenza". Anche per questo motivo Tosingraf non si è mai lasciata suggestionare dalle sirene della vendita a distanza. "Come politica aziendale – continua Tosin – abbiamo sempre preferito incentivare il rapporto diretto col cliente. Una scelta che, fra gli altri vantaggi, ci permette di ricevere degli indicatori realistici e sempre aggiornati sulle tendenze e sulle problematiche del mercato, e quindi di poter anticipare con proposte mirate le esigenze che man mano vanno emergendo".

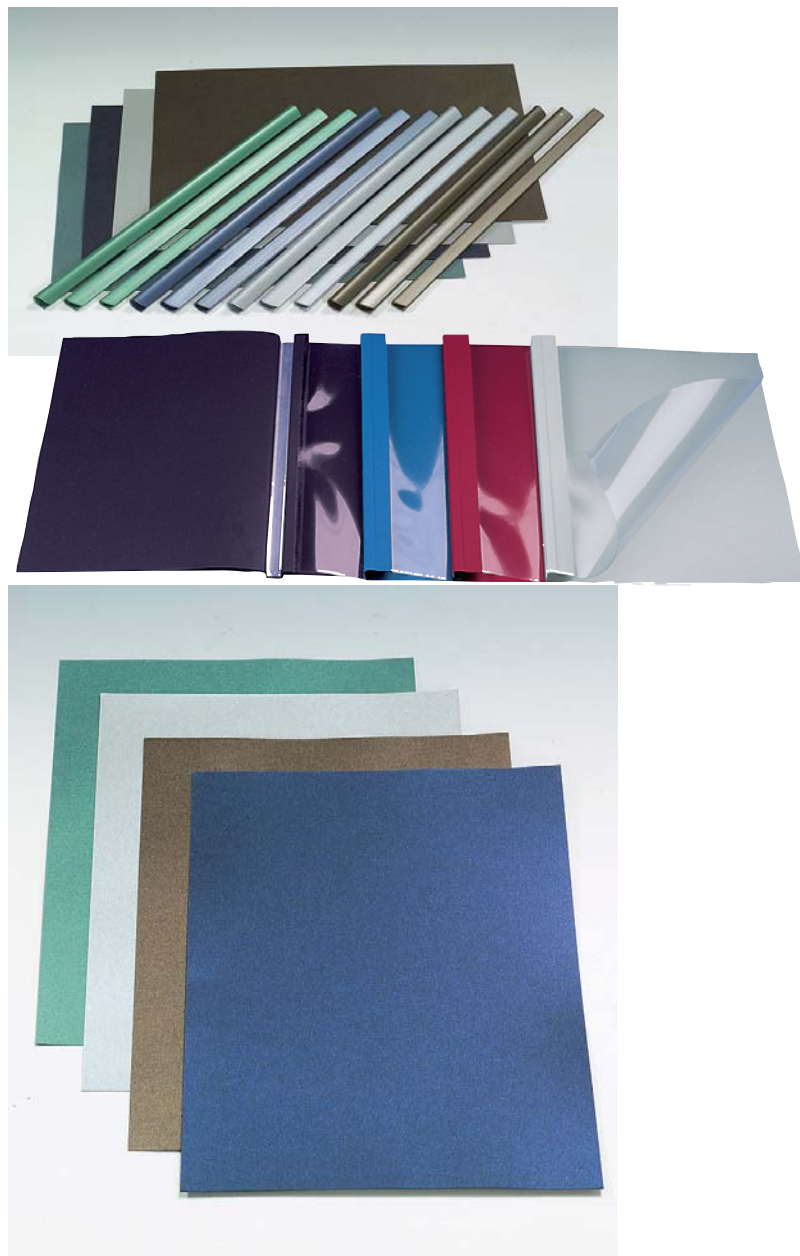
Attenzione all'Ambiente e al Design

Seguendo i trend del momento, per esempio, Tosingraf riserva molta attenzione al Design, studiando soluzioni avanzate anche su questo fronte. Lo testimonia l'ampiezza di scelta che viene proposta nella realizzazione di nuove copertine per libro: rigide o morbide, in cartonato o in pelle, in diverse varietà di spessore e di materiali, in colori tradizionali o di tendenza come l'oro, l'argento, il bronzo, ed eventualmente anche personalizzate su richiesta. Rappresentano, in questo specifico settore, una forte

Da Tosingraf, chi cerca trova

"Dal 1974 tenace come uno squalo, agile come una gazzella". Così l'azienda si presenta sul sito Internet, riassumendo con parallelismi di fantasia la determinazione e la flessibilità che hanno accompagnato la sua storia e il suo sviluppo. L'avventura imprenditoriale è iniziata infatti con la produzione di macchine per l'industria e con la vendita di materiali per rilegare. Poi, negli anni 180 si è passati agli articoli per il dopo stampa, acquisendo competenze specifiche attraverso l'esperienza e arrivando a standard qualitativi di eccellenza che le hanno permesso di conquistare gradualmente la leadership nel settore. E la crescita è stata rilevante sotto tutti gli aspetti. A distanza di oltre 30 anni dalla sua nascita, infatti, Tosingraf ha oggi quattro sedi operative: un centro specializzato per la meccanica, un polo per la produzione e il confezionamento, un deposito di stoccaggio, un magazzino di 7.000 mq con 4.000 pallet e dotato di un sistema logistico perfettamente informatizzato. Di centrale importanza, per l'azienda, è inoltre l'officina meccanica dedicata al servizio di assistenza.

Quanto alla produzione, **Tosingraf**, il marchio principale, è affiancato da altri due brand: **Mamo**, per macchinari modulari e componibili rivolti al mercato estero, e **Zac**, linea di macchine e accessori di primo prezzo. E la gamma comprende oltre 2.000 articoli per rilegare, plastificare, tagliare, perforare e via continuando fino a coprire tutto quello che può essere utile per il dopo stampa. Perfetto dunque il claim aziendale: da Tosingraf, chi cerca trova.



TECNOLOGIA & INNOVAZIONE

espressione del Made in Italy, interpretando al meglio quei valori di stile e di qualità che sono propri del prodotto italiano riconosciuto come tale: in termini di qualità, infatti, anche per i prodotti basic i ricambi sono garantiti per 10 anni. E sempre seguendo le tendenze del mercato, l'azienda si muove in sintonia anche con l'altro grande tema del momento, che è quello della sicurezza ambientale: vengono realizzati, ad esempio, dei listelli per ufficio in materiali biodegradabili, e vengono riparate tutte le tipologie di macchina, anche quelle di piccolo calibro normalmente destinate alla discarica. Un modo, quest'ultimo, per contribuire a ridurre l'accumulo dei rifiuti.

Puntare sulla formazione e sul servizio di consulenza

Grazie a queste politiche, grazie alla qualità dei prodotti e del servizio, grazie all'assistenza pre e post-



venta, l'azienda si è fermata ormai in tutta Italia ed è diventata un riferimento sicuro per Grossisti e Fornitursti del Nord, del Centro, del Sud e delle Isole. Differenziandosi rispetto ai competitor su molti fronti, a partire da un catalogo di 2.000 articoli che coprono in modo completo tutte le esigenze del dopo stampa, e da una struttura organizzativa forte in grado di provvedere, all'occorrenza, anche al reperimento di articoli che non sono in catalogo, e che garantiscono anche, last but not least, una marginalità particolarmente soddisfacente per i propri clienti. Anche in questa fase economica, dunque, Tosingraf può guardare con fiducia al futuro pur senza sottovalutare le difficoltà del momento. "In questa situazione – è la ricetta di Tosin – occorre puntare molto sulla formazione, sia sul fronte della produzione sia su quello della logistica. Ma soprattutto occorre proporsi come partner del proprio cliente, offrendogli tutte le soluzioni possibili dalle macchine ai materiali di consumo, fino a una consulenza di livello professionale sulle scelte aziendali più opportune sotto il profilo della redditività". ■

I numeri di Tosingraf

Sedi operative	4
Magazzino	7000 mq
Pallet	4000
Articoli in catalogo	2000
Fatturato 2008	12 milioni
N. Dipendenti	25
Rete di vendita	15