

OGGI E DOMANI DEGLI INSTALLATORI DI SICUREZZA

AIPS: difendere l'installatore professionale attaccando con la comunicazione

intervista a Paolo Gambuzzi, Presidente AIPS

Quali sono i risultati delle ricerca condotta da securindex sulla percezione da parte degli installatori dell'importanza della qualificazione professionale che l'hanno colpita di più?

Fra i vari interessanti spunti emersi dal sondaggio, mi sono soffermato a ragionare sul risultato di due quesiti che vertono sui desiderata dei clienti al momento dell'acquisto di un sistema di sicurezza.

Dalla domanda 3 (Quali sono gli aspetti che interessano di più i Clienti privati?) si evince che l'aspetto più importante è il prezzo, ma al netto di questo dato abbastanza prevedibile, vediamo che i clienti vogliono poter avere fiducia nell'installatore e contare sulla sua assistenza.

Tuttavia sappiamo - e lo vediamo anche dalle risposte alla domanda 6 Quanto crea difficoltà la concorrenza delle proposte commerciali pubblicizzate dai grandi operatori? - che i clienti sono sensibilmente influenzati dai messaggi pubblicitari: la quasi totalità degli installatori intervistati ha valutato molto grave la concorrenza di queste campagne pubblicitarie.

E' noto che nel mercato dei sistemi di sicurezza ci siano operatori e multinazionali, che investono massivamente in campagne pubblicitarie, sia in televisione che online o sui social media, ed alcuni di loro risultano in pratica l'unico interlocutore percepito dal grande pubblico.

Le nostre aziende di installazione che, invece, sono realtà medio-piccole, si trovano ancora ad avere principalmente il buon vecchio passaparola come modalità più proficua per reperire nuovi clienti.

Quali potrebbero essere le azioni più efficaci attuabili per migliorare la situazione, dal suo punto di vista di Presidente di AIPS?

A mio parere la grande utenza dovrebbe avere la possibilità di essere informata diffusamente su tutte le opzioni che il mercato professionale della sicurezza offre.

Da sempre in AIPS siamo convinti che il cliente vada informato



su cosa significhi in questo settore essere un installatore professionale: la conoscenza dei prodotti e delle tecnologie, la capacità di saper confezionare una soluzione su misura per le necessità di ogni cliente, la conoscenza ed il rispetto delle norme tecniche e della legislazione, l'etica.

Ciascuno di noi si impegna con i propri mezzi in questa azione di "educazione" del cliente, ma naturalmente i limiti sono evidenti e palesemente insufficienti.

Per questo ritengo che la soluzione più efficace sia un'azione congiunta dei vari operatori della filiera per finanziare e divulgare messaggi pubblicitari in grado di competere per diffusione e impatto con quelli attualmente esistenti sul mercato.

Una campagna informativa e pubblicitaria coordinata, rivolta al cliente finale, gioverebbe a tutti i soggetti coinvolti: gli installatori, i produttori, gli enti certificatori, gli enti normativi, le associazioni dei consumatori, i quali potrebbero finalmente operare una scelta consapevole.

Negli ultimi anni nel nostro comparto si è già registrata una proficua tendenza alla collaborazione fra le principali associazioni di categoria, fra cui naturalmente AIPS, quindi credo che ci siano i presupposti e che i tempi siano maturi per un'azione innovativa di questo tipo.