

■ **LEADERSHIP** / Program, fondata e diretta da Patrizia Bacci, si distingue per competenza e umanità

La persona al centro del lavoro

Cura del cliente e attenzione ai dipendenti sono le chiavi del successo dell'autonoleggio fiorentino

La storia di Program ha origine oltramarina. A fondare quella che oggi è diventata una delle realtà più dinamiche ed efficienti del mercato dell'autonoleggio a breve e lungo termine è stata Patrizia Bacci, che dopo aver appreso i capisaldi del mestiere nell'azienda di famiglia a Salford (Manchester) - la Salford Van Hire, uno dei leader britannici del settore - nel 1992 decide di trasferirsi nel cuore di Firenze, in Borgo Ognissanti, e di provare ad affrontare un mercato che in Italia emetteva i primi vagiti. Una flotta esigua all'inizio, dieci Panda, e solo noleggio a breve termine, per poi passare anche al lungo periodo. Un esordio non senza qualche difficoltà.

"Essendo donna e giovane nell'automotive ero una figura un po' insolita - racconta a Scenari Patrizia Bacci, da allora Amministratore unico di Program - Il mondo in cui cercavo di emergere era un po' prevenuto nei miei confronti". Una diffidenza che si è progressivamente ammorbidita nel corso degli anni. "Come l'ho combattuta? puntando sulla competenza e la concretezza. Non tanto o solo la mia, ma tutta l'azienda è fondata su questi valori". E la strategia ha pagato. "Oggi i tempi sono cambiati in meglio ma non è stato molto facile, perché oltre a lavorare in un settore delicato e altamente competitivo, mi sono trovata davanti persone che mi guardavano con diffidenza".

Program, e non è certo un caso vista la sua genesi, mette la persona al centro del proprio lavoro. Innanzitutto la persona in quanto cliente, che viene coccolato con un rapporto diretto e personale di customer care, molto diverso da ciò che avviene presso i competitor di Program. "Non abbiamo un call center: al cliente che chiama rispondono persone competenti, in grado di affrontare ogni situazione".



La sede di Program a Firenze

Ed è questo che fa la differenza. "In fondo i mezzi sono simili tra loro, la differenza è la qualità del servizio e la competenza. Tutto il customer care passa da noi. Il cliente parla sempre con le stesse persone, si crea un rapporto, c'è uno 'storico'. E della differenza si accorgono anche i nostri competitor di dimensioni maggiori delle nostre, che ora si sono abituati a vederci sempre alle trattative a cui partecipano".

Ma curarsi del cliente come persona è possibile solo se anche i dipendenti ottengono le stesse attenzioni dall'azienda.

"I dipendenti per noi sono fondamentali. Sono al centro dell'azienda e quindi l'equilibrio nella loro vita sociale è importante. Se lavori con serenità lavori meglio e rendi di più. Quindi si tenta di far fare alle persone il loro orario, gli straordinari vanno sempre approvati prima. D'altronde non si vive per lavorare, crediamo ci debba essere un equilibrio. Anche la sede è stata costruita in modo che sia

piacevole passarci del tempo lavorativo, c'è del verde, cerchiamo di far stare più sereni tutti".

E tra dipendenti e vertici aziendali non ci sono intermediari. Non c'è un Cda, e ciò permette di prendere decisioni immediate dopo il confronto tra i vertici e i dipendenti. La mancanza di banche e finanziarie interne, che potrebbe essere vista come una difficoltà, per Program è un punto di forza. "Ci dà la possibilità di cambiare, ci pone meno vincoli. Siamo più liberi di ragionare sui cambiamenti in corso, che sono tanti e sempre più frequenti". D'altronde il settore vive un momento di grande confusione, c'è incertezza sullo sviluppo dell'elettrico. "Non c'è chiarezza, forse il mercato si è mosso troppo in fretta. Ma l'incertezza è il peggio, i clienti non sanno come muoversi: diesel o elettrico? ibrido o benzina? Il lavoro non mancherebbe, mancano le certezze. Noi continueremo a crescere progressivamente, migliorando ancora la comunicazione con i clienti e le loro nuove esigenze".

■ **DIALOGO** / L'Ufficio preposto alla valutazione dei creditori li accompagna fino a fine nolo

Gestire crediti con cura

Selezione e collaborazione coi clienti alla base dei successi del team guidato da Giannellini

Uno dei fiori all'occhiello di Program Autonoleggio è il suo Ufficio Gestione Crediti. E lo è perché riesce a ottenere risultati eccellenti facendo prevalere il dialogo e l'ascolto. A capo del team che anima l'Ufficio dal 2016 c'è Leonardo Giannellini, che così spiega i segreti dei risultati ottenuti: competenza, selezione e cura.

"La nostra politica fondamentale è portarsi in casa fin dall'inizio i clienti che riteniamo ottimali per noi - dichiara Giannellini - Io vengo dal mondo bancario, sono specializzato nei crediti e so che è importante selezionare i clienti e scegliere quelli migliori". Anche perché il volume del credito per alcuni clienti è solitamente importante, decine o centinaia di veicoli. Una scelta non semplice da far accettare ai commerciali inizialmente, ma grazie alla condivisione dell'impostazione coi vertici aziendali e alla collaborazione di tutti il metodo ha dato i suoi ottimi frutti. In base ai criteri finanziari definiti, infatti, una percentuale compresa tra il 60 e il 70% dei clienti di Program ha un rating creditizio molto buono. Un sogno per qualunque ufficio crediti.

"Il buon andamento del nostro ufficio è dovuto al fatto che ho 5 colleghe molto capaci e dedite al lavoro - prosegue il Responsabile dell'Ufficio - Un lavoro di squadra: con chi si occupa dei clienti in essere, chi dei rientri dei mezzi post noleggio e chi di revisioni, cartelle esattoriali e multe, voci queste ultime che possono incidere non poco sul bilancio, se mal gestite".

Questa squadra competente e affiatata mette in campo una strategia dell'ascolto e del dialogo. "Attuiamo un rapporto di collaborazione col cliente - spiega Giannellini - se è in difficoltà cerchiamo di venirci incontro, di avere un approccio propositivo. Può capitare di affrontare periodi di difficoltà, soprattutto negli ultimi anni, e cerchiamo di distinguere bene chi è in buona fede e chi vuole, invece, approfittare della situazione. A differenza di altri noi parliamo coi clienti, condividiamo con loro i motivi dei costi di ripristino del mezzo ma non procediamo subito alla fatturazione. Cerchiamo sempre di capire come terminare il noleggio in modo che sia sostenibile per entrambi



Leonardo Giannellini, Responsabile Marketing, Comunicazione, Pricing e Prodotto di Program

be le parti.

Anche tutta la parte di attività legata alle cause legali, cerchiamo di indirizzarla sempre verso accordi extragiudiziali anziché portare il cliente in tribunale". Una strategia che paga. La percentuale di insoluti è solo del 5%, grazie soprattutto a un controllo puntuale e quotidiano da parte dell'Ufficio. I tempi di incasso sono record, in media 31 giorni dall'emissione della fattura. "Anche con la Pubblica Amministrazione riusciamo a ottenere pagamenti puntuali. Pubblica Amministrazione che dobbiamo ringraziare, in tal senso, perché sono stati quei clienti che ci hanno aiutato molto durante il periodo della pandemia di covid-19, dove non abbiamo avuto ripercussioni eccessive sul bilancio".

Un'attività sartoriale applicata alla gestione crediti che si avvale anche della consulenza decennale di uno studio legale. "Con loro c'è una bellissima collaborazione e ci confrontiamo quotidianamente sulla strategia migliore per gestire i casi più complicati - conclude Giannellini - Anche su loro consiglio abbiamo fatto molto ricorso alla mediazione, all'inizio con qualche problema ma poi ci ha portato a trovare ottimi risultati. E abbiamo chiuso rapidamente un contenzioso potenzialmente infinito. Ciò dimostra anche l'onestà intellettuale e professionale dello studio, che aveva più convenienza immediata ad adire al processo".

■ **PROGRAM CAMPUS** / Dal 2016 un appuntamento fisso per il settore, per affrontare le sfide del mercato

L'evento per le flotte aziendali

Case automobilistiche e clienti in una intensa due-giorni di dibattito sul futuro del noleggio

Il primo e finora unico evento dedicato al fleet management organizzato da un noleggiatore. Questo è "Program Campus" che, dal 2016, rappresenta un appuntamento importante per il settore delle flotte aziendali (e non solo), attualmente in grande crescita e protagonista di innovazioni tecnologiche significative. Program Autonoleggio riesce ormai da qualche anno a coinvolgere case automobilistiche e clienti in una due-giorni dove dibattere di temi d'interesse ed attualità legati al mondo del noleggio ma anche, o forse soprattutto, per approfondire e valorizzare quegli elementi che le persone di Program reputano fondamentali, irrinunciabili per l'offerta di un servizio di qualità.

Stefano Tozzi, Responsabile Marketing, Comunicazione, Pricing e Prodotto di Program, è particolarmente orgoglioso dell'evoluzione del Program Campus nel corso delle ormai 6 edizioni. "Nato inizialmente con l'intento di focalizzare l'attenzione dei fleet manager sulla sicurezza alla guida, mediante test appositamente preparati per provare direttamente su strada i sistemi di sicurezza (ADAS) allora appena proposti ma poi resi obbligatori sulle vetture, uniti a workshop con Partner esperti di sicurezza, negli anni lo abbiamo arricchito con l'inserimento di altri argomenti "chiave", come le alimentazioni alternative, o come il benessere alla guida, affrontato tramite esercizi di micro ginnastica posturale durante un workshop specificata-



Stefano Tozzi, Responsabile Marketing, Comunicazione, Pricing e Prodotto di Program

attività e delle persone con cui l'Azienda si distingue sul mercato, mantenendo ovviamente invariate le attività dedicate ai test drive e agli workshop".

Particolarmente significativo è stato il momento di confronto tra i numerosi fleet manager ed il top management di Program con una tavola rotonda relativa agli aspetti da migliorare o addirittura da implementare nei servizi previsti e prevedibili alle offerte di noleggio, destinati a soddisfare esigenze sempre maggiori e nuove dell'utente, in un contesto tecnologico costantemente innovativo (si pensi alle alimentazioni, alle autonomie, alle informazioni di viaggio) e mutevole anche dal punto di vista sociale (con fenomeni come il car sharing, o dell'utilizzo "pay per use"), con un approccio sia generale sia dedicato all'offerta di Program.

"Questo inconsueto confronto ha permesso di individuare caratteristiche del nostro servizio che possono essere ancora migliorate, grazie proprio al dialogo diretto con chi utilizza il servizio", conclude il Responsabile Marketing di Program. Per Program, quindi, un servizio di noleggio di qualità si determina sulla base di queste tre componenti che rappresentano tutti gli attori presenti in campo, sia fornitori che clienti, in sinergia tra loro. E Program Campus proprio questo vuole diventare, un momento di confronto e di crescita condivisa, riconosciuto collettivamente dal settore.

mente preparato per l'occasione".

Possiamo riassumere i temi affrontati durante le scorse edizioni in due semplici parole che per Program costituiscono almeno i due terzi del perfetto servizio di noleggio. Il veicolo e la persona.

"A questi abbiamo deciso di aggiungere una terza componente: l'Azienda, fatta di veicoli e di persone - spiega Tozzi - La nostra Azienda è quindi l'elemento che abbiamo voluto aggiungere all'edizione del 2024, strutturando le attività del Program Campus di quest'anno prevalentemente su questo particolare, con attività dedicate alla scoperta del territorio in cui Program Autonoleggio è nata, è cresciuta e che ha determinato molte delle caratteristiche, delle

■ **COMPLEMENTARITÀ** / Program NBT rende l'offerta del gruppo adatta a ogni esigenza di mobilità

Noleggio anche a breve termine

La flotta prevede un'ampia gamma di veicoli commerciali, destinati a soddisfare tutti

Lo sviluppo del progetto Program NBT (noleggio breve termine) è finalizzato ad intercettare, cogliere e soddisfare le esigenze di mobilità su quattro ruote che si possono considerare diverse, complementari e alternative all'offerta che Program propone per il noleggio lungo termine (NLT). L'integrazione tra le due proposte rende del tutto completa l'offerta di Program Autonoleggio.

Il cliente ideale per Program NBT è nel tessuto produttivo ed economico radicato nel territorio. L'offerta è rivolta a grandi e piccole-medie imprese di qualsiasi settore economico, a manager, imprenditori, artigiani, commercianti, liberi professionisti e persone fisiche, interessati a un servizio di mobilità chiaro, semplice, diretto, destinato a soddisfare necessità di natura transitoria, occasionale e temporanea, pianificate con un certo anticipo temporale o assolutamente impreviste e che richiedono un'immediata soluzione.

La flotta immediatamente disponibile prevede un'ampia gamma di veicoli commerciali destinati a soddisfare le molteplici necessità di trasporto merci, autovetture di diversa tipologia, motorizzazione ed alimentazione, e pulmini o minibus per trasporto persone. Le richieste che arrivano ogni giorno a Program sono le più disparate: un furgone per effettuare un trasloco nel fine settimana, un veicolo commerciale allestito per il trasporto di materiale destinato a una fiera, un pulmino per una piacevole vacanza in compagnia di amici, una vettura sostitutiva in conseguenza di un improvviso fermo tecnico del veicolo in utilizzo con noleggio a lungo termine, la preassegnazione



Riccardo Pierinelli, Responsabile Breve Termine di Program

di un furgone in attesa della consegna del nuovo veicolo commerciale ordinato.

In Program NBT si replica l'approccio che ha già reso vincente, apprezzato e distintivo il modello di business di Program NLT: struttura snella, rapidità ed autonomia decisionale, centralità del cliente, interlocutore dedicato, certezza della mobilità, costante supporto commerciale ed operativo.

Professionalità, coerenza e affidabilità: "Facciamo quello che diciamo e diciamo quello che facciamo" dichiara con orgoglio Riccardo Pierinelli, Responsabile Breve Termine di Program, sottolineando il costante impegno a superare le aspettative, la continua attenzione ai dettagli del servizio e la capacità di immediato e concreto intervento risolutivo quando si verifica un evento imprevisto che può compro-

mettere l'esperienza di viaggio del driver e dei passeggeri. "Il nostro piano di espansione sul territorio guarda con interesse a tutta l'area del Centro-Nord Italia. È stato già declinato in un business plan ambizioso ma solido, concreto e graduale, che presuppone una selezione attenta, condivisa ed accurata degli imprenditori che diventeranno partner affiliati del network in franchising che stiamo costruendo".

A fronte dell'impegno di Program nel fornire un adeguato mix di veicoli insieme al supporto operativo, commerciale e formativo necessario per il lancio del business, ai clienti viene chiesto di "sposare" la missione, la visione e il nostro codice etico aziendale, per costruire e consolidare insieme un progetto imprenditoriale nel territorio che sia di reciproca, proficua e duratura soddisfazione.