

Vittorio Jonesti

FARE MARKETING IN OFFICINA

Come far prosperare la tua Officina
con le giuste attività e valorizzando
il tuo lavoro di Meccanico

© 2021 - Vittorio Jonesti
Tutti i diritti sono riservati.
È vietata la riproduzione, anche parziale, dei testi e delle immagini.
ISBN 979-12-200-8957-9

Finito di stampare nel mese di giugno 2021

INDICE

PREFAZIONE.....	7
INTRODUZIONE	11
CHI SONO.....	15
PERCHÉ HO SCRITTO QUESTO LIBRO	19
UN ARROTINO PAGATO PIÙ DI UN MECCANICO	21
NON LEGGERE QUESTO LIBRO SE...	25
LA PRIMA ATTIVITÀ CHE DEVI FARE... SUBITO!	31
La lista!.....	31
Qual è il giusto modo per chiedere l'indirizzo e-mail ai clienti di un'Officina o di una Carrozzeria?	33
DA COSA È COMPOSTO IL MARKETING PER UN'OFFICINA	37

PERCHÉ I MECCANICI NON SANNO FARE MARKETING E COMUNICAZIONE?	39
QUANTI E QUALI TIPI DI MARKETING PER UN'OFFICINA.....	43
LA SCALA DEI CLIENTI	47
I SOLDI STANNO SUI NUOVI O SUI GIÀ CLIENTI?	51
PERCHÉ DEVI FARE MARKETING E COMUNICAZIONE NELLA TUA OFFICINA.....	55
CHI È IL TUO CLIENTE IDEALE?	59
COME SI COSTRUISCE UN BUON MARKETING PER ATTIRARE NUOVI CLIENTI	63
IL PASSAPAROLA.....	65
Cosa succede se tu chiedi ai tuoi clienti di consigliarti e di mandarti altri clienti?	65
LE RECENSIONI	71
ALTRE FORME DI COMUNICAZIONE (CON I SOLI VANTAGGI E NULLA DI PIÙ).....	75

COME SI COSTRUISCE IL MARKETING PER VENDERE DI PIÙ	83
IL FULCRO DI TUTTO DEVONO ESSERE I PASSAGGI IN OFFICINA	87
LA LISTA CHE FA I SOLDI!	93
UNA BUONA COMUNICAZIONE PER VENDERE DI PIÙ	99
PERCHÉ DEVI AVERE UN CALENDARIO EDITORIALE?	101
COME SI COSTRUISCE IL CALENDARIO EDITORIALE?	103
LA COMUNICAZIONE IN OFFICINA DEVE AVVENIRE PRIMA, DURANTE E DOPO	109
CONTRASTA LE OBIEZIONI DEI TUOI CLIENTI	113
1) Troppo caro	116
2) Non ho soldi	117
3) Non ho tempo	118
NON INFLUENZARE NEGATIVAMENTE I TUOI CLIENTI!	121
IL MARKETING INDIRETTO	127

LA MIGLIORE ATTIVITÀ DI MARKETING CHE PUOI METTERE IN PRATICA	133
COSA DEVI FARE... ORA!.....	139
1) La Lista	140
2) Comunicare con la massima efficienza	141
3) Il passaparola	143
4) Le recensioni	143
5) Google My Business	144
6) Il calendario editoriale	145
7) La Lista Controlli (lista che fa soldi).....	146
8) Contrastare le obiezioni	146
9) Non influenzare (negativamente) le tue performance ____	147
10) I preventivi	148
11) I video per gli SMS	148
12) Impara ad usare la tecnologia	149
MA QUANTO TEMPO CI VUOLE PER...?	151
RINGRAZIAMENTI	155
RECENSIONI	157

PREFAZIONE

di Luca Baldo

Era una mattina di inizio inverno 2006 quando Vittorio Jonesti contattò la nostra agenzia web per essere supportato nella sua nuova impresa – probabilmente il primo cliente ad essere arrivato a noi con una ricerca su Google.

Quel giorno ancora non sapevo che Vittorio sarebbe diventato per me cliente, amico, figura di riferimento per il confronto su temi imprenditoriali, compagno di numerosi corsi e, ovviamente, la prima persona che chiamo ogni volta che ho un problema con la mia auto!

Non immaginavo neanche che quello del 2006 sarebbe stato solo il primo di tanti progetti ambiziosi che avrei, in seguito, avuto la soddisfazione di vivere da vicino.

Alcune iniziative sono state meno felici, altre dei grandi successi, ma sono stati proprio questi fallimenti e questi successi a far crescere Vittorio e a farlo diventare la persona che è oggi: concreto, come solo chi è abituato a sporcarsi le mani può essere, e prezioso per i meccanici, avendo avuto modo di testare e prendere piena coscienza di cosa funziona realmente in un mondo che conosce praticamente da sempre, quello dell'officina.

Sono quindi fiero e orgoglioso di poter essere autore di questa prefazione.

Il libro è un vero condensato di cosa può fare realmente la differenza in un settore complesso e ostico come quello delle officine meccaniche. Vittorio è riuscito a tradurre concetti a volte difficili e troppo generici in azioni di marketing specifiche per il meccanico.

Al termine della lettura ti ritroverai tra le mani una mappa precisa di cosa va fatto e in che ordine. Capirai l'importanza di avere un database profilato o, come dice Vittorio in maniera più semplice, "la tua lista". Vedrai l'importanza di supportare la tua officina con le recensioni, e la potenza di strumenti gratuiti come Google My Business e le e-mail.

Oltre agli aspetti tecnici, subirai un vero e proprio lavaggio del cervello che ti porterà a capire come comunicare in maniera efficace con i tuoi clienti per aumentare i tuoi guadagni.

Se speri però che esista la lampada magica per triplicare i tuoi clienti grazie a Facebook, Instagram o Google, purtroppo rimarrai deluso. Vittorio ti svelerà infatti alcune strategie che nessuna agenzia marketing ti dirà mai e, senza generalizzare, saprà darti indicazioni precise su come ottenere risultati tangibili.

La maggior parte delle idee che troverai in questo libro, infatti, sono quelle che realmente apportano i benefici maggiori a realtà locali, così dipendenti dal passaparola. Sono perlopiù gratuite, quindi non avrai bisogno di costosi consulenti. Ecco perché questo libro potrà risultare così prezioso anche per la tua impresa.

Ma ora bando alle ciance, è arrivato il momento per te di iniziare la lettura. Ti lascio quindi al tuo viaggio e ti auguro il meglio per la tua attività.

INTRODUZIONE

Se hai tra le mani questo libro molto probabilmente hai, o avrai a breve, una tua Officina o una Carrozzeria.

Bene, perché questo libro l'ho scritto proprio per te!

L'ho scritto per cercare di darti le migliori indicazioni su come fare Marketing per la tua Officina o Carrozzeria, tentando di inserire informazioni teoriche ma anche pratiche, come so che piacciono ai meccanici.

Ti dico già che ci troverai cose che ti sembreranno strane e attività che non hai mai sentito, ma che, come confermano i numeri e le recensioni dei tuoi colleghi che le hanno messe in pratica, *funzionano davvero* e portano risultati veri e tangibili. Risultati sotto forma di lavoro in più, che di conseguenza – come ripeterò varie volte – porta più fatturato, più utile e alla fine, dopo che hai pagato tutti, più soldi per te.

Sì, perché se hai un'azienda il fine ultimo è quello di produrre un profitto... e il profitto è anche il fine ultimo del Marketing.

Naturalmente il profitto deve essere fatto rispettando i clienti e

dando a loro il miglior servizio che puoi offrire, dando a loro il più alto valore del tuo lavoro.

Un grosso problema per la maggior parte delle Officine, però, è che *non riescono a trasmettere e a far percepire il loro valore*, per cui il cliente è sempre portato a voler pagare il meno possibile il lavoro del Meccanico. Questo io non lo accetto. Ritengo che il lavoro del Meccanico abbia alto valore che debba essere riconosciuto e pagato come tale!

In questo testo troverai, come ho detto sopra, tutta una serie di attività concrete da fare, che se messe in pratica ti porteranno risultati. Sono però, per l'appunto, "attività da fare": se le leggi soltanto e non le fai, non porteranno a nessun risultato!

Lo so, quello che hai appena letto ti sembra scontato. Credimi, però, quando ti dico che la maggior parte dei Meccanici non mette in pratica.

E così perdono un sacco di opportunità: opportunità di far crescere la loro Officina, di guadagnare di più, di avere più tempo libero.

Continuano a fare come si è sempre fatto, cosa deleteria, perché continuando a fare come si è sempre fatto si ottengono sempre gli stessi - scarsi - risultati!

Ma sono convinto che non sia il tuo caso, visto che hai questo libro tra le mani.

Se ti impegni a leggerlo e ad attuare le strategie che ti suggerisco, avrai modo di ottenere tante belle soddisfazioni e più quattrini.

Per cui ti lascio alle letture... e alla messa in pratica!

Buona lettura e buon lavoro, Meccanico!

CHI SONO

Sarò breve.

Non voglio portarti via tanto tempo per raccontarti qui chi sono.

Ti do giusto due/tre dati al volo, se vuoi saperne di più puoi andare su www.jonestivittorio.it e toglierti tutte le curiosità che vuoi.

Ti dico solo che da sempre lavoro con le Officine e le Carrozzerie. Dapprima come Meccanico, poi come Capofficina e Accettatore, e infine con la formazione e la consulenza.

Nel 2016 ho fondato Officina Efficiente, che è una sorta di centro di raccolta, formazione e consulenza dedicato ai Meccanici, dove tratto in maniera specifica la Gestione, il Marketing e la Vendita per le Officine.

Niente cose tecniche... per quelle ci sono in giro moltissimi altri gruppi ed esperti!

Ma anche perché, se è vero che hai bisogno di informazioni tecniche per poter riparare le auto, è altrettanto vero che oggi potrebbe mancarti un buon 20/30% di fatturato potenziale solo perché non

hai un'ottima gestione – dove nella gestione metto dentro tutto, dal Marketing alle procedure.

La mia missione è quella di insegnare ai Meccanici a far valere di più, molto di più, il loro lavoro, il loro sapere, la loro professionalità, il loro tempo!

Questo è il mio terzo libro e l'ho scritto proprio per questo motivo: dare ai Meccanici tutte le conoscenze e le armi per far valere di più il proprio lavoro!

Oltre ai libri, ho fondato un gruppo Facebook specifico per titolari di Officina, dove ad oggi (inizio 2021) siamo in oltre 2700. Qui discutiamo di Marketing, Vendita, Ottimizzazione, Accettazione, Comunicazione e di molte altre cose che riguardano in generale la Gestione di un'Officina.

Se non sei già iscritto al gruppo lo puoi fare subito cercando su Facebook "Officina Efficiente".

(Attenzione: esiste sia la pagina che il gruppo, tu devi chiedere l'accesso al gruppo. Rispondi alle domande e in poco tempo un amministratore ti inserirà).

Ho anche un blog con centinaia di articoli e un canale YouTube dove trovi altre centinaia di video, tra cui molti video tutorial gra-

tuiti che ti spiegano, passo dopo passo, come realizzare concretamente le attività che possono da subito dare il via ai cambiamenti nella tua Officina.

Mi fermo qui. Veniamo ora al perché ho scritto questo libro.

PERCHÉ HO SCRITTO QUESTO LIBRO

Come ho detto nel precedente capitolo, questo è il mio terzo libro. Oggi posso dire di essere abbastanza conosciuto nel settore: scrivo per una rivista del settore, partecipo a trasmissioni televisive specifiche del nostro settore, vengo invitato a tenere conferenze ai maggiori eventi del settore.

Mentre all'inizio di questa mia avventura non potevo permettermi certe affermazioni e certe espressioni senza compromettere la mia immagine, oggi lo posso fare. Per questo sarò un po' brutale e a tratti scurrile, ma a me piace dire le cose come sono e usare il linguaggio dei Meccanici, quello che io chiamo meccanichese, che spesso è anche bello "colorato".

Il motivo principale per cui ho scritto questo ennesimo libro è che **mi sono rotto le balle di vedere i Meccanici pagati meno di un arrotino!**

A breve ti spiego perché proprio un arrotino. Per il momento voglio solo dirti che io NON TROVO GIUSTO che un Meccanico (che sa realmente riparare le auto) debba fare i salti mortali e spesso difendersi da attacchi per vedere riconosciuta la sua professionalità, il suo sapere, la sua esperienza e il suo tempo!

Ad oggi (2021) le tariffe orarie di un Meccanico partono da cifre

sotto i 30 €/h – spesso addirittura 25 € – per arrivare in pochissimi casi sopra i 50 €/h.

Ma ci rendiamo conto?

Per riparare le auto ci vuole sapere ed esperienza, cose che non trovi al supermercato a un tanto al chilo: sono capacità che richiedono anni e anni per essere acquisite e che hanno un valore inestimabile!

In aggiunta, oggi per poter operare sulle auto servono attrezzature super tecnologiche che hanno costi di acquisto e di manutenzione sempre più elevati.

Tutto questo non può essere pagato 25-30 € all'ora. NO, CAZZO.

Non può essere e io non lo accetto, perché questa è una vera e propria offesa a chi fa il Meccanico da una vita e lo fa con la massima passione e dedizione.

Ora, io penso che, anche se sarò un po' scurrile con il linguaggio, tu possa perdonarmelo. Avrai capito che lo faccio per una buona causa, che ci metto la massima passione e il massimo impegno per fare in modo che al lavoro del Meccanico (che ritengo uno dei lavori più belli che ci sono) venga attribuito il giusto valore.

UN ARROTINO PAGATO PIÙ DI UN MECCANICO

Io non posso accettare che un arrotino venga pagato all'ora più di un Meccanico.

Sia chiaro non ho nulla contro gli arrotini, e in generale contro nessuna categoria che sa farsi pagare il giusto per il proprio lavoro. Quello che mi fa incazzare è vedere che un arrotino - con tutto il rispetto per il suo lavoro, le sue conoscenze e le sue attrezzature - venga pagato con una tariffa oraria nettamente maggiore a quella di molti Meccanici.

Quello che vedo in giro sono Meccanici che hanno una tariffa oraria bassa, il più delle volte molto inferiore al proprio Costo Orario di Struttura, che porta di fatto il Meccanico ad avere una perdita anziché un guadagno dalla vendita della propria manodopera.

Per chi non lo sapesse, il Costo Orario di Struttura è l'insieme di tutti i costi dell'Officina (tutti, compresi gli stipendi figurativi dei titolari e/o soci e l'affitto, che diventa figurativo quando l'immo-

bile è di proprietà) diviso per le ore vendibili (che non sono né le ore fatturate né le ore di presenza). In questo libro non possiamo affrontare più approfonditamente questo argomento, ma se entri nel gruppo Facebook di Officina Efficiente trovi tanto materiale gratuito al riguardo.

Comunque, a prescindere, una tariffa oraria bassa porta a considerare poco il lavoro del Meccanico e a ottenere una bassa stima e considerazione da parte degli automobilisti. Il lavoro del meccanico appare come facile, poco utile, qualcosa che possono fare tutti, anche il "cuggino" di turno... e invece non lo è, visto e considerato che anche durante la pandemia di COVID-19 le attività di autoriparazione potevano rimanere aperte perché ritenute attività essenziali.

Ma torniamo al perché faccio il confronto con un arrotino.

Qualche tempo fa dovevo affilare dei coltelli e, non sapendo dove andare, ho chiesto al mio macellaio di fiducia da chi si serve lui.

Mi risponde che ha un ragazzo che passa con un furgone e gli affila al momento i coltelli. Mi spiega però che, lavorando con i professionisti, l'arrotino viene solo se hai diversi coltelli.

Allora raggruppo i coltelli miei, di mio fratello e di mia mamma, e chiamo l'arrotino per farlo venire. Lui mi dice che quando è in zona mi avvisa e passa per farmi il lavoro.

Dopo alcuni giorni arriva l'arrotino con il suo furgone attrezzato (tre mole affilatrici e una pialla elettrica per piallare i taglieri in teflon), mi chiede una presa di corrente ed è pronto.

Io gli do 29 coltelli e un tagliere.

Lui si mette all'opera e in meno di 45 minuti mi consegna tutti i coltelli affilati e il tagliere piallato.

Gli chiedo il totale e lui mi dice: "100 €".

Lo pago, lui chiude il suo furgone e se ne va.

45 MINUTI, 100 €!

Hai capito? 45 minuti, 100 €.

Ora, la mia domanda è: **tu li prendi 100 € in 45 minuti?**

E non dirmi che l'arrotino mi ha fregato, perché quello è il prezzo che ci vuole per affilare dei coltelli. Se poi consideri che è venuto a domicilio e ha fatto un buon lavoro – per esperienza so quando un coltello è ben affilato – il prezzo per me è più che giusto.

Concentrati invece su come lui può chiedere 100 € per 45 minuti di lavoro e tu no!

Devi pensare anche che la sua specializzazione, per quanto possa essere approfondita, non è per nulla paragonabile a quella richiesta a un Meccanico oggi.

E ancora, per quanto le sue attrezzature fossero specifiche, non possono essere paragonate a quelle presenti oggi in un'Officina.

Eppure lui prende 133 € all'ora.

Capisci perché io sono incazzato e non accetto il fatto che i Meccanici siano sottopagati?

NON LEGGERE QUESTO LIBRO SE...

Quando scrissi il mio primo libro, "Il Meccanico Ricco", qualcuno mi disse che ero pazzo e che i Meccanici non l'avrebbero letto perché i Meccanici non leggono.

Ad oggi il numero di copie stampate e vendute supera le 2000 e, se devo essere onesto, questo numero mi stupisce perché anch'io non credevo fosse possibile, soprattutto perché parliamo di una nicchia ben ristretta e delimitata.

Ancora oggi - sono passati tre anni nel momento in cui sto scrivendo - ci sono Meccanici che continuano a comprare quel libro e a reputarlo utile, a riprova che i Meccanici leggono se trovano qualcosa che gli interessa, ma anche che nel libro sono indicate delle buone strategie per gestire al meglio un'Officina.

Con questo libro voglio fare la stessa cosa: darti le migliori informazioni, strategie e pratiche per riuscire a fare del vero Marketing per la tua Officina, un'attività oggi sempre più necessaria per una piccola Officina, e che lo diventa ancora di più via via che aumentano le dimensioni della stessa.

Vedremo come il Marketing in Officina si divide in due categorie ben distinte e analizzeremo tutta una serie di attività da fare che