



19/09/2016

Marco Berardelli, country manager di DKV Euro Service

Tempo di primi bilanci in casa DKV Euro Service Italia, il cui fatturato 2016 è forse il migliore nella storia aziendale. Marco Berardelli, country manager della società, spiega le ragioni di questi risultati e gli obiettivi che DKV si è posta nel breve-medio termine.

Ing. Berardelli, quali i dati raggiunti da inizio 2016 fino ad oggi?

Analizzando le nostre aree di business, stiamo attualmente crescendo a doppia cifra, nonostante il prezzo del diesel stia aumentando molto lentamente rispetto alle previsioni.

Quali sono state le motivazioni per questi risultati?

Nel settore dei carburanti, siamo stati in grado di compensare brillantemente gli effetti del basso costo del gasolio, come dimostra il nostro network di 6.266 stazioni in Italia e oltre 43.000 in Europa. **Siamo fortemente orientati alla creazione di un network a basso costo per consentire ai nostri clienti di godere di condizioni particolarmente favorevoli presso le stazioni di servizio.** Inoltre offriamo un'interessante alternativa rispetto alle cisterne interne (extra rete), che sembrano solo apparentemente più economiche, ma in realtà hanno costi nascosti e comportano aggravii amministrativi e burocratici. In più, attraverso il Consorzio DKV Euro Service i nostri clienti autotrasportatori beneficiano dei massimi sconti previsti su tutti i pedaggi autostradali italiani per cui riceviamo moltissime richieste per il disbrigo delle procedure di rimborso.

Quali azioni intendete intraprendere per assicurarvi anche in futuro questo trend positivo?

Siamo sulla strada giusta e continueremo a perseguire l'internazionalizzazione e una crescita sostenibile. Ci piace guardare al futuro puntando sull'innovazione e pertanto "Dove siamo noi oggi, è dove i nostri clienti andranno domani". Ad esempio, **abbiamo al momento circa 600 stazioni in Russia e Bielorussia all'interno del nostro network ed entro la fine dell'anno ne aggiungeremo altre 1.000.** Oltre ad un continuo sviluppo delle attività nei Paesi dell'Europa dell'Est, ci siamo ulteriormente espansi anche nel settore industriale di Paesi della vecchia Europa, come la Francia.

Acquisire nuovi clienti è importante, ma come fidelizzare quelli esistenti?

Per mantenere i clienti esistenti e quindi generare una crescita sostenibile, abbiamo la necessità di fornire un servizio eccellente insieme a un supporto sempre personalizzato. Questa è la ragione per cui investiamo continuamente in personale specializzato nel customer service. Siamo un'azienda con un'assistenza clienti totalmente italiana, che lavora in Italia, assunta direttamente da DKV e non abbiamo mai pensato di delocalizzare questo servizio perché lo riteniamo ad alto valore aggiunto per la nostra clientela. L'effetto positivo è confermato dai nostri clienti: il 65.6 % – +11.8 % in più rispetto all'anno precedente – ci consiglierebbe ad altri. Questo è un risultato da primi in classifica, per cui siamo estremamente soddisfatti e ne andiamo fieri.

In che modo monitorate la qualità del vostro supporto e della vostra assistenza?

Misuriamo le nostre performance con un'indagine annuale che realizziamo su un totale di 30.000 clienti in tutta Europa, di cui 1.300 in Italia. Oltre al customer service, l'indagine ha riguardato altri elementi importanti per il cliente, come la fatturazione, il sito web, i rifornimenti e i pedaggi. Siamo stati piacevolmente colpiti nel constatare che abbiamo raggiunto notevoli miglioramenti in tutte le aree rispetto all'anno scorso.

Cosa si possono aspettare i vostri clienti per il futuro?

Vogliamo continuare ad essere il partner di riferimento per il pagamento senza contanti dei servizi sulle strade, sempre con prodotti innovativi e personale esperto. Quest'anno abbiamo aggiunto 100 stazioni in tutta Europa, di cui la metà già operative. Il nostro obiettivo è di impegnarci e giocare un ruolo sempre maggiore nello sviluppo di nuovi prodotti e servizi. In questo senso DKV è tra coloro che hanno voluto l'EETS, il sistema unico di pagamento pedaggi GNSS e DSRC in tutta Europa. Infatti, come partner del progetto pilota regionale REETS, DKV sta portando avanti l'interoperabilità oltre i confini nazionali con un proprio box per il pagamento dei pedaggi in sempre più Paesi. Solo così possiamo fornire ai nostri clienti il miglior servizio possibile a costi interessanti. Un'altra idea a cui teniamo molto è lo sviluppo di una carta di mobilità, con cui il cliente potrà pagare senza contanti pernottamenti notturni, biglietti di treni e parcheggi. Insomma, nel futuro vediamo molte opportunità da cogliere.