

# La forza di un punto vendita dinamico

È il 1944 quando il Colorificio Rigolio -una realtà distributiva ben nota nel territorio di Olgiate Olona e di Varese- inizia la sua attività grazie all'intuizione imprenditoriale dei Rigolio. La sua storia si intreccia indissolubilmente con quella dell'altra attività di famiglia, la progettazione e la fabbricazione di attrezzature per la verniciatura a spray Rigo®.

Negli anni il punto vendita segue le vicissitudini commerciali e i grandi cambiamenti del settore dei prodotti vernicianti modificando la sua anima in funzione dei clienti e delle esigenze del territorio.

Oggi il Colorificio Rigolio è un punto vendita costantemente in evoluzione che ha i suoi punti di forza nella competenza del titolare, Riccardo Rigolio, nelle capacità dei tre collaboratori, Monica Longoni, Massimo Roveda e Stefano Marzullo, e nella loro attenta analisi dei prodotti che hanno in assortimento, delle dinamiche distributive e delle richieste di privati e professionisti che frequentano il negozio.

Il colorificio ha una doppia anima: da una parte, una storica vocazione nelle belle arti che ha permesso di mettere a punto un'offerta completa e vasta, sempre rinnovata e aggiornata; dall'altra parte, la storica conoscenza dei prodotti professionali per gli applicatori, indispensabile per offrire pitture e vernici perfette, corredate con consigli e indicazioni per il loro migliore utilizzo.



Il Colorificio Rigolio si pone sul mercato come una realtà dinamica in grado di interpretare le esigenze del mercato e dei consumatori trasformandole in un'offerta sempre coerente, mantenendo costantemente l'alta qualità dei prodotti e l'assoluta professionalità di chi li propone.

Riccardo Rigolio, prima accennavi al fatto che il Colorificio è in costante trasformazione ■■■ Riccardo Rigolio- È vero! Io penso che sia fondamentale prestare ascolto al mercato e agli acquirenti per capire esattamente che prodotti occorrono e in che termini bisogna assortirli. Ecco perché, dopo soli due anni, abbiamo deciso di rinnovare il layout del punto vendita. All'inizio, i due comparti -belle arti e prodotti vernicianti- erano divisi in due settori del negozio ben precisi. Oggi abbiamo deciso di creare un'esposizione meno rigida, dove un comparto contamina l'altro. Lo abbiamo fatto seguendo le logiche della moderna distribuzione nella quale il cliente riceve dell'esposizione regolari risposte alle sue necessità e ripetuti suggerimenti su nuove esigenze che

■ Riccardo Rigolio insieme ai suoi collaboratori Monica Longoni -appassionata e scrupolosa responsabile del reparto belle arti-, Massimo Roveda -attento e competente responsabile del settore prodotti vernicianti- e Stefano Marzullo -indispensabile braccio destro di Massimo e responsabile dell'informatizzazione, comunicazione e social del punto vendita-.



possono nascere.

In questo modo, se, per esempio, entra in negozio per acquistare prodotti per belle arti può facilmente rendersi conto che, nel caso debba intervenire sulle pareti di casa, nel Colorificio Rigolio trova tutte le risposte alle sue domande.

**Avresti in mente, quindi, un negozio in grado di essere più esplicito nel raccontare la sua offerta ■■■ Riccardo Rigolio-**

Certo! Come in Rigo® abbiamo davvero tante referenze in assortimento e abbiamo in animo di ampliare ancora l'offerta incrementando la sezione dei prodotti vernicianti con l'introduzione di articoli più professionali e con il completamento di alcune gamme e vogliamo diversificare ancora di più la sezione delle belle arti aumentandone la specializzazione. Tutto questo va mostrato, il cliente lo deve poter vedere e toccare con mano, deve sentirsi nel negozio in una condizione speciale dove ogni sua idea può trovare una soluzione. Io penso che un distributore debba trovare un punto di equilibrio tra quelli che sono i suoi obiettivi commerciali e le esigenze segnalate dai clienti: per questo non può mai dirsi arrivato e per questo la sua lungimiranza sta nell'essere disposto a rimettere in discussione alcuni suoi assunti.

**Quali sono, invece, i parametri fissi per un punto vendi-**

**ta? Riccardo Rigolio-** Innanzitutto, la qualità proposta. Tutti i nostri fornitori sono operatori di qualità perché la vera differenza sul mercato sta tra un prodotto di qualità e un prodotto scadente. La qualità genera un cliente soddisfatto e un passaparola positivo che sono indispensabili per il successo del punto vendita. Poi ci sono la disponibilità e la competenza di chi opera nel negozio. I miei collaboratori sono davvero importanti in questo, sono professionisti capaci nel loro lavoro dove mettono testa e cuore.

L'attenzione ai dettagli è fondamen-

tale: le vetrine costantemente aggiornate e curate, i focus nel negozio ben evidenziati, la comunicazione anche dei più piccoli accorgimenti che contribuiscono a generare esperienze di acquisto positive.

Poi c'è la capacità di ascoltare che è l'unico requisito che permette di dare risposte giuste a domande esplicite o implicite.

**Stefano Marzullo, a proposito di qualità: vostro partner fornitore da sempre è Rigo® ■■■**

**Stefano Marzullo-** Sì, è nostro partner fornitore da sempre perché le sue

#### KOMBI, FUORICLASSE PER LA VERNICIATURA



Dall'unione di due best-sellers, nasce KOMBI un nuovo fuoriclasse per la verniciatura, dalle grandi prestazioni e dalla ineguagliata polivalenza. KOMBI permette di spruzzare quello che si vuole ovunque. Flessibilità, portabilità, semplicità e funzionalità di KOMBI sono i valori tipici della filosofia Rigo®. E' utilizzabile con prodotti a base acqua e a solvente, è dotato di turbina TMR180E da 1800w con radiocomando e aerografo ACT di ultima generazione completo di accessori. Ha serbatoio 12 litri con filtri, 2 tubi prodotto da 3 metri (per idropittura e per vernici a solvente), tubo aria da 3 metri, telaio ergonomico, ruote libere per uso carrello, spallaccio e schienale imbottiti per uso a zaino, sistema di pressurizzazione serbatoio con valvola di non ritorno, tubi prodotto di grande diametro dotati di connessione a vite per uso sicuro, costruzione compatta e robusta. Ha oltre due metri di prevalenza minima garantita ed è fornito "chiavi in mano" pronto all'uso.



caratteristiche calzano perfettamente con quelle che richiediamo ai nostri fornitori: prodotti di qualità, servizio efficiente, un assortimento che soddisfa tutte le esigenze e un ciclo aziendale che mette al sicuro tutti coloro che comprano o utilizzano i prodotti Rigo®.

**Quali sono i vostri clienti ideali?** **Riccardo Rigolio-** I nostri clienti sono sia privati che professionisti e per entrambi i target abbiamo costruito le nostre offerte. D'altronde, entrambi hanno la medesima tendenza alla ricerca della qualità, del giusto prezzo, dei servizi su cui poter far conto, della competenza del personale.

**Monica Longoni, quali sono le peculiarità del Colorificio Rigolio riguardo gli assortimenti nel comparto della belle arti e del fai da te?** **Monica Longoni-** Nelle belle arti i prodotti devono essere davvero interessanti. Chi compra articoli di belle arti per la sua professione o per diletto ha come obiettivo quello di acquistare un prodotto che è in grado di realizzare molto più di un progetto ma anche di consentire un'espressione artistica e creativa. Per questo nel comporre gli assortimenti si deve sempre tenere conto che un buon colore a olio o una fustella sono articoli che devono dare molto di più di un semplice servizio a chi li compra.

Sono, quindi, indispensabili la competenza, la costante attenzione alle novità, il rinnovamento delle proposte, con un'unica parola d'ordine che è 'qualità' e un grande presupposto: trovare interlocutori capaci di parlare la stessa lingua.

**Massimo Roveda, per quanto concerne i prodotti vernicianti e gli accessori complementari, qual è l'atteggiamento corretto da tenersi?** **Massimo Roveda-** Per vendere i prodotti vernicianti sono fondamentali due atteggiamenti differenti.

Consigli e suggerimenti, invece, sono doverosi nei confronti dei privati che hanno bisogno di conoscere l'ABC delle vernici e che cercano nelle parole di chi li consiglia la chiave di volta per il lavoro che devono fare. Confronto e capacità sono indispensabili per i professionisti che cercano chi è in grado di parlare la loro lingua e di formulare proposte che possano migliorare il loro lavoro.



Insomma, per entrambi si tratta di sapere utilizzare la professionalità giusta!

**Cosa dobbiamo aspettarci dunque dalla prossima trasformazione del Colorificio Rigolio?** **Riccardo Rigolio-** Più spazio allo showroom, più attenzione all'inserimento di nuovi prodotti e di prodotti complementari, più apertura ai clienti con open day e dimostrazioni che già facciamo anche in Rigo®, ma con le quali vogliamo che si consolidi la conoscenza del Colorificio Rigolio. ■

## TRE BEST SELLERS DEL COLORIFICIO RIGOLIO

Nel Colorificio Rigolio si possono trovare in assortimento tre prodotti davvero interessanti e prestazionali: eccoli nel dettaglio.



**La VERDE, idropittura traspirante** E' dotata di elevato potere coprente, ha un buon punto di bianco, è ideale per interni, permette un'applicazione semplice ed è in grado di soddisfare le diverse esigenze dell'applicatore e del privato.

**La BIANCA, idropittura traspirante** Ha un ottimo punto di bianco, permette elevate copertura e traspirabilità. E' ideale per interni sia su intonaci civili che su supporti in gesso e cartongesso. E' perfetta per cucine, zone giorno e notte.



**La ROSSA, idropittura lavabile traspirante** E' antibatterica, dotata di ottima resistenza ed elevato potere coprente, con un punto di bianco superiore. E' ideale per tutti gli ambienti domestici, soprattutto per i più umidi.

