



## Un augurio per il 2007? Non perdiamo di vista l'importanza della relazione

Fare il punto della situazione e capire se gli obiettivi fissati a inizio anno, o meglio alla fine del precedente, sono stati raggiunti ci aiuta a capire cosa è funzionato e cosa invece bisogna sistemare perché il futuro diventi sempre più soddisfacente. Sia ben inteso che quando parliamo di soddisfazione non intendiamo solo quella monetaria strettamente legata ai numeri, ma anche quella collegata alla crescita propria e, da imprenditori, quella delle persone che ogni giorno condividono con noi vittorie e delusioni, risultati che caricano di entusiasmo e che ci fanno riflettere. Il bello di condividere tutto questo è che si convive in una reciproca stima, dove non si tende a superare ma ad accompagnare o essere accompagnati verso il successo. E questo vale anche nel rapporto tra cliente e fornitore. Alla base c'è, o meglio ci deve essere, dialogo e capacità di ascolto. Se nel mio cliente vedo solo l'ultima par-

te, il fatturato, significa che ho perso di vista tutto il resto.

Significa essere semplicemente fortunati, significa che domani probabilmente ti ritroverai con tante persone che come te pensano ai numeri e i numeri si sa variano costantemente. Questo vale nel rapporto tra collaboratori e dirigenti, tra clienti e fornitori, sia in un verso che nell'altro. Il nostro augurio per il futuro è che non si perdano di vista le buone maniere, del saper chiedere, saper ascoltare e saper rispondere senza volere sentirsi superiori. Semplicemente ricordando che le nostre aziende sono fatte di persone e non di numeri.

**Auguriamo a tutti voi e alle vostre famiglie un Buon Natale e un felice Anno Nuovo.**

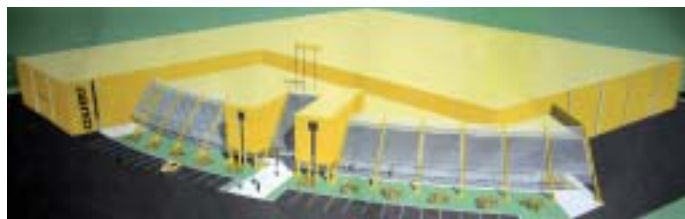
**Colfert srl**  
**Daniele e Mirco Zanato**

## Nuova sede: iniziano i lavori

È deciso: la nuova sede COLFERT sarà realizzata in un'area di oltre 27mila metri quadri acquistata nel luglio scorso in località Preganziol (TV) e adiacente al futuro passante di Mestre. A breve, quindi, inizieranno i lavori, dando sostanza a un progetto che si pone l'obiettivo di ottimizzare la funzionalità e l'efficienza logistica del nuovo edificio. Il magazzino, per esempio, subirà una vera e propria rivoluzione in termini di automatizzazione.

L'obiettivo naturalmente è quello di aumentare la soddi-

sfazione dei clienti, migliorando notevolmente gli standard qualitativi del servizio e offrendo, in futuro, una gamma ancor più ampia di prodotti e soluzioni.





## Trovare soluzioni per i serramentisti

Come un albero all'inizio della bella stagione getta nuovi rami, così nasce, dall'esperienza di Giorgio Barausse, già fondatore dell'omonima azienda vicentina di porte interne, DBD SOLUTIONS a Piovene Rocchette (VI). Oggi la gestione operativa è passata al figlio Daniele e alla moglie di quest'ultimo che ne segue la parte commerciale. Proprio a Lei rivolgiamo alcune domande per capire quali sono gli aspetti su cui punta l'azienda per espandersi in un mercato così ricco di offerta.

**Signora Alice ci faccia comprendere innanzi tutto qual è il cliente tipo a cui vi indirizzate.**

Il nostro obiettivo è offrire soluzioni ai serramentisti, con la fornitura di serramenti grezzi, e a rivenditori con la fornitura di prodotti finiti. Ci rivolgiamo comunque ad una clientela esperta che conosce l'infisso e che, oltre ad apprezzarne le qualità, esige risposte chiare e promesse mantenute.

**Cominciando dalla qualità, quali sono le caratteristiche che identificano il vostro serramento?**

Da un punto di vista strettamente tecnico abbiamo ottenuto la classe 4 nella permeabilità all'aria, la classe C3 nella resistenza al vento, l'E900 nella tenuta all'acqua, i 31

decibel di abbattimento acustico con un normale vetrocamera. Questa in due parole è la qualità tecnica di Hydra Evolutions, ma non basta.

**Ritiene comunque che con queste garanzie lei possa tutelarsi dai dubbi che possono eventualmente sorgere al cliente abituato ad altri sistemi?**

Sì, ma come dicevo non credo basti. Oltre alle alte prestazioni tecniche, dobbiamo garantire al cliente anche risposte immediate. Investimenti mirati su macchinari di nuovissima generazione garantiscono inoltre un'alta produttività coniugata ad elevata flessibilità, garantendo al nostro cliente la consegna del prodotto in tempi estremamente ridotti.

**Le idee mi sembrano molto chiare in merito al presente, e per il futuro, quali obiettivi vi prefiggete?**

Di mantenere un'elevata flessibilità e rapi-

dità nelle risposte, attraverso un costante contatto con i nostri clienti che, esponendoci le loro esigenze, ci permettono di fornire loro un servizio sempre migliore. Obiettivi che tutti perseguono a parole ma che vengono spesso disattesi nella realtà dei fatti.



## Prodotti di qualità curati nei minimi dettagli

**Quando nasce la F.lli Silvestri e quali sono stati negli anni i motivi che hanno reso il vostro marchio sinonimo di qualità?**

Silvestri F.lli nasce nel 1952 a Villarazzo frazione di Castelfranco Veneto, da una semplice bottega artigianale. La volontà, la passione e la tenacia degli allora giovani fratelli Luigi e Guido hanno fatto sì che questo laboratorio si sviluppasse sempre più.

Fin dai primi anni l'obiettivo della nostra azienda è sempre stato la cura dei dettagli e la qualità del prodotto finito.

Oggi, inoltre, consideriamo di primaria importanza essere al passo con la tecnologia e la ricerca. Infatti cerchiamo di essere sempre aggiornati con l'acquisto di nuovi macchinari e con l'inserimento di tecnologia all'avanguardia.

Negli ultimi 10 anni questo modo di operare ci ha permesso di superare i confini italiani spingendoci oltre il Mediterraneo ed in Europa, grazie anche alla clientela affezio-

nata che ha portato all'estero un buon nome.

**Voi seguite sia l'infisso che l'arredamento, come riuscite a coniugare i due aspetti in un momento in cui i produttori di serramenti si specializzano sempre più?**

Premettiamo che la nostra clientela è formata da privati, imprese ed immobiliari. Abbiamo constatato che mettere a disposizione del cliente privato la professionalità e la consulenza per seguirlo nella costruzione della sua nuova casa, ha portato la nostra azienda ad una flessibilità adatta a superare qualsiasi momento incerto del mercato. Quindi la capacità, grazie al nostro personale altamente qualificato, di soddisfare l'esigenza del cliente anche quando richiede arredamenti particolari e complessi a completamento della fornitura dei serramenti e delle porte, ci permette di non avere carenza nel lavoro.

La nostra organizzazione, attrezzatura e tecnologia ci permettono di soddisfare le richieste del cliente "Impresa" ed "Immobiliare" quando ci richiedono la fornitura importante di serramenti per grandi cantieri.

**Avete inoltre ottenuto la Certificazione TUV negli scuri, perchè questo marchio?**

Ci siamo resi conto che per affrontare gli impegni della marcatura e della certificazione del serramento dovevamo cercare un partner affidato e preparato. Da questa convinzione è nata una nostra ricerca che ci ha permesso di conoscere molte aziende del settore, fra le quali la TUV Rheinland Group. Dopo vari incontri con i responsabili di zona, e di comune accordo fra noi soci, abbiamo incaricato questa società per la marcatura CE degli scuri ed alla stessa abbiamo già dato disposizioni per le prossime certificazioni, che contiamo di svolgere entro pochi mesi.

**Sarà sempre più importante la scelta dei fornitori. Qual'è l'aspetto per voi più importante in questo?**

Stiamo da tempo valutando e selezionando i fornitori. Questi dovranno avere dei requisiti fondamentali per instaurare un rapporto di lavoro basato sulle reciproche esigenze di mercato. Gli aspetti importanti saranno: affidabilità, professionalità, celerità nelle consegne, giuste quotazioni del prodotto. Questa selezione è sicuramente importante, secondo noi, per ottimizzare i costi esecutivi dei prodotti. Diversi nostri fornitori rispecchiano queste caratteristiche e la COLFERT è fra questi.

## Squadra che vince non si cambia, ma si migliora

Consentiteci lo sfizio di "vantarci" di aver raggiunto obiettivi importanti. Merito dell'ambiente che COLFERT, grazie ai suoi responsabili, ha saputo creare. Un ambiente in cui ognuno, orgoglioso di far parte dell'azienda, tende a dare il massimo. Abbiamo sempre pensato che tutti coloro che lavorano in COLFERT sono innanzi tutto persone che hanno bisogno di crescere e di essere motivate, per non sentirsi inutili e svalorizzate. La crescita di un'azienda, infatti, è legata all'aumento della professionalità, e quindi delle capacità

umane e tecniche, delle persone che ne fanno parte.

Il "Laboratorio COLFERT", pertanto, è e diventerà sempre più un mezzo di crescita per noi, ma anche per i nostri clienti che, sempre più numerosi, colgono l'occasione di seguirci nelle nostre proposte formative, e per i nostri fornitori che, approfittando nella nostra voglia di apprendere, organizzano assieme a noi corsi di formazione non solo tecnica. "Formare il personale" è un'espressione che non ci piace. Ci sembra più corretto pensare che ad ogni incon-

tro vi sia uno scambio che fa crescere. Un incontro-confronto in cui ognuno si autoincentiva. Il nostro compito è saper capire e rendere reali i bisogni e le aspirazioni del singolo individuo: senza dubbio una responsabilità non da poco.

Quest'anno il nostro impegno si è concretizzato nei corsi di Mario silvano, in quelli dedicati alla marcatura CE, nelle visite alle fiere di Norimberga, allo stabilimento di Siegenia-Aubi a Siegen, e nella collaborazione con tutti quei fornitori - come Adem, Alutec, AMB, Bauxt, BMP, Eclipse, FAC, Fapim, Geze, Metalglass, Otlav, PBA, Siegenia-Aubi, Soudal, Tecnostamp - che hanno messo a disposizione dei nostri venditori e dei nostri clienti le loro risorse e le loro conoscenze.



*Agenti e uffici vendite al corso tecnico presso la sede FAC*

*Lavoro di gruppo tra nostri agenti e clienti*



*Momenti del Corso di Formazione sulla Marcatura CE*



*Presso lo stand KFV alla Fiera di Norimberga*

*Formazione con il dr. Mario Silvano*



**PBA**  
**YOD**

Maniglie, maniglioni e complementi in legno e acciaio inox AISI 316L. Il primo gesto verso un oggetto è uno sguardo di riconoscimento.

Accade poi che ci si faccia ingaggiare da un'urgenza che è il desiderio di toccare. Se un oggetto è bello: toccarlo è già usarlo.

YOD, il calore del legno e la solidità dell'acciaio, ti aspettano nel nostro punto vendita.

**Legno e  
acciaio inox  
AISI 316 L**



**ABC**  
**SPAX®**

**La nuova vite per il fissaggio  
della ferramenta**

È disponibile presso i nostri magazzini la nuova vite ideata da ABC-SPAX ottimizzata per fissare qualsiasi tipo di ferramenta Anta Ribalta, chiusure e quant'altro su infissi in legno.

La vite si caratterizza

per la testa goccia di sego che la rende più ergonomica e ne aumenta la superficie di contatto con l'inserto, per il nuovo filetto spax che penetra con il minimo sforzo in qualsiasi tipo di legno e per il sotto testa che presenta delle alette che a contatto con il metallo frenano la corsa della vite evitando trazioni troppo elevate.

I nostri agenti vi presenteranno il prodotto accompagnandolo ad un'offerta lancio.



## A Giovanni, un grazie da tutti noi

*Il ritrovarsi per la foto natalizia di fine anno, è stata l'occasione per premiare, con una targa di ringraziamento, i tanti anni di lavoro presso la nostra azienda di Giovanni Favero. Da tutti conosciuto come "lo zio", partecipa ancora a tutte le iniziative che si organizzano nei vari momenti dell'anno, sebbene sia in pensione da alcuni anni. Segno, questo, dell'affetto che ancor oggi lega Giovanni all'azienda e viceversa.*



## Allenati a vincere

*Sfrecciavano via veloci, ma non passavano mai inosservate. Le maglie arancioni sponsorizzate da COLFERT erano sempre tante, e attiravano lo sguardo degli spettatori.*

*Tanto è bastato per far vincere al team "Pedali di Marca" il titolo del Prestigio a squadre. Titolo dedicato a Fabio Basso, un membro del team prematuramente scomparso.*



## Nuova iniziativa benefica

*Da tempo siamo convinti che un'azienda abbia il compito di creare, oltre al valore economico, un valore ambientale e sociale. La divisa COLFERT, pertanto, nasce per ricordare e aiutare tutti coloro che soffrono e, per vari motivi, non hanno le nostre stesse possibilità, e lo fa vestendo la passione di tanti - clienti, collaboratori, fornitori - che amano il mondo del ciclismo. Ogni divisa (pantaloncini e maglietta estivi) sarà venduta alla cifra di 40,00 euro e il ricavato sarà interamente devoluto a due onlus in parti uguali.*



## Vendere: il coraggio di percorrere nuove strade

*Estratto dall'intervista a Mario Silvano della rivista "Qualitaly for Competition"*

Un venditore è (anche e sempre) un essere umano! Chi mai penserebbe il contrario? Eppure la quotidianità porta a fare di questo uomo un semplice strumento. Ne percepisci il valore in quanto elemento portante di un risultato, di una performance, ma rischi di perdere tutti i variegati contorni della sua essenza che, in realtà, è fatta di pregi e difetti, bizzarrie e pulsioni, emozioni e calcolo, odio e amore, azione e pensiero.

Come posso aiutarlo a far prevalere gli aspetti positivi della sua umanità per dare forza ulteriore al suo ruolo di materiale promotore dei miei prodotti/servizi e dei vantaggi che essi sanno generare?

Un buon direttore vendite deve imparare a progettare minuziosamente un progetto formativo ed inserirlo nell'insieme del suo complessivo modello di guida commerciale. Occuparsi di una forza vendita conduce oggi a stabilire una problematica e a proporre soluzioni su un duplice piano: umano e tecni-

co. Qui l'umano e la tecnica sono estremamente legati. Oggi l'umano prevale in materia di reclutamento, formazione, animazione, motivazione. Il direttore del personale di vendita è un manager psicologo oltre che supervisore dei metodi di vendita.

La sua capacità di direzione poggia su tre pilastri: business (definire budget costi/ricavi, ripartirlo per unità operative, pianificare attività e monitorare i risultati ottenuti), clienti (effettivi, potenziali, gestione del territorio), personale di vendita.

Più la complessità dei mercati si fa ampia e globale e più il lato psicologico assurge a protagonista essenziale. Oggi, spesso, i nuovi capo area vengono scelti tra i migliori ed eccellenti venditori; succede nella pratica, poi, che la nostra azienda abbia perso un bravo venditore senza guadagnare un altrettanto eccellente "motivatore e guida", date le sue scarse attitudini ad aiutare i venditori della propria equipe, ad esempio con il training sul campo, specie nella ricerca di nuovi clienti.

Proprio la formazione è uno specchio

del miglioramento aziendale possibile: troppa aula non è un rimedio, l'aula tende a richiamare concetti che i capi intermedi non considerano nella successiva prassi. Le scuole di vendita sono costrette a ragionare per concetti allargati e faticano a calarsi sulla realtà specifica. Occorrono luoghi e modi diversi dove poter affrontare i temi importanti per i venditori sicuri che questi possano apprendere e successivamente applicare. Personalmente credo che la formazione abbia margini di miglioramento notevoli di fronte a sé.



*Sono oltre 100 gli amici che, ad oggi, verranno con noi in Brasile nella città di Natal. Vuoi essere dei nostri? Sei ancora in tempo.*

*Il tuo agente di fiducia è a tua disposizione per farti cogliere questo obiettivo.*