

CENTROFIORI, NOVITA' AL CENTRO

Un'immagine rinnovata e più servizi per la clientela a valore aggiunto: Centrofiori presenta la nuova strategia di comunicazione. Tra le novità: un portale e una formazione innovativa

Padova, settembre 2005

In occasione della sua prima partecipazione a Flormart presso Padova Fiere, Centrofiori, azienda leader nel settore della distribuzione di fiori recisi e verdi ornamentali, si presenta sul mercato con un'immagine rinnovata e ancora più servizi ai clienti.

Con oltre un decennio di esperienza, Centrofiori ha infatti messo a punto una nuova strategia di comunicazione con l'intento di creare un legame ancora più forte con la clientela, nuovi momenti di incontro con i propri clienti che si concretizzano sia in un'interazione più proficua tra Centrofiori e i fioristi sia in momenti di incontro sviluppati attorno ad una nuova logica di comunicazione.

Il sito internet è diventato portale e si presenta in una rinnovata veste grafica e con nuovi servizi per gli utenti, che possono interagire direttamente con Centrofiori in tempo reale e usufruire dei numerosi vantaggi messi a disposizione in rete.

A partire dal 2006 inoltre si terranno nuovi corsi di formazione che vedono già coinvolti più di 250 clienti e che presentano le maggiori novità nei contenuti. Centrofiori sta infatti organizzando corsi innovativi che si differenziano dalla solita formazione per la volontà di dare al fiorista un aiuto concreto per la crescita della propria attività, anche grazie all'intervento di professionisti del settore di comprovata esperienza. I corsi affronteranno diversi argomenti che andranno, per citare alcuni esempi, dalle strategie di comunicazione al marketing, dall'aiuto alla vendita al merchandising.

" A partire da ora e per tutto il 2006 il nostro intento è quello di consolidare la nuova logica di comunicazione di Centrofiori, che abbiamo ideato per approfondire sempre più il nostro legame con la clientela, nell'intento di creare collaborazioni durature e di sicuro successo" ha dichiarato Paolo Gotti, amministratore unico di Centrofiori e vice presidente di Angroflora, la nuova associazione del settore della distribuzione di fiori recisi e piante.



CENTROFIORI 



Centrofiori é presente a Flormart, Padovafiere, stand 76, padiglione 8

Centrofiori:
INDIRIZZO UFFICIO STAMPA:
Alessandra Boiardi
XXL communication
Tel. +39 0363 303812

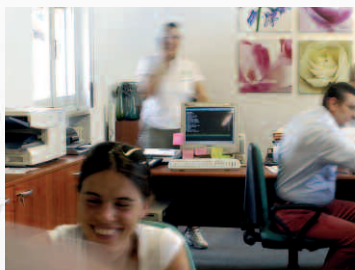
SEDE LEGALE:
Viale Bianca Maria, 41
20122 Milano

SEDE AMMINISTRATIVA E
MARKETING:
Via Trieste, 9
24047 Treviglio Bergamo
Tel. 0363301208
Fax 0363 301824
mkt@centrofiori.it

CARTELLA
STAMPA
FLORMART
SETT. 2005

Di nuovo,
al Centro

La passione



Una squadra affiatata, una conoscenza capillare del mercato e la capacità di anticipare le esigenze della clientela sono da sempre le caratteristiche che distinguono Centrofiori, azienda leader a livello nazionale nel settore della distribuzione di fiori recisi e verdi ornamentali. Il saper fare e la passione coltivata in più di un decennio di attività permettono a Centrofiori di garantire freschezza e qualità di tutti i fiori e verdi. La tecnologia e la modernità assicurano l'affidabilità di un'azienda che fa dei servizi offerti al cliente il suo punto di forza, per continuare a crescere insieme.



Un po' di storia

E' passato un decennio da quando Paolo Gotti aprì il primo punto vendita all'ingrosso di Centrofiori a Pozzo d'Adda, in provincia di Milano. A quella prima apertura seguirono nel 1996 quella del mercato veneto e nel 2000 quella del mercato dell'Emilia Romagna. E' nello stesso anno che venne inaugurato un secondo punto vendita lombardo a Treviglio, in provincia di Bergamo, dove si trovano anche gli uffici amministrativi e marketing. L'espansione di Centrofiori sul

territorio ha portato a una notevole conseguente crescita dei fatturati, passati da 2,17 milioni di euro nel 1997 a 6,13 milioni di euro nel 1999, pari ad un incremento superiore al 180%. Con più di 15,2 milioni di euro di fatturato nel 2004, oltre sei volte quello del primo anno di attività, la crescita tra il 1999 e il 2004 si è assestata al 150% circa. Nel primo semestre del 2005 Centrofiori ha registrato incrementi di oltre l'11% rispetto allo stesso periodo del 2004, riconfermandosi come realtà di mercato solida e in forte crescita, nonostante le congiunture attuali del mercato.

La rete distributiva

E' la conoscenza capillare del mercato che permette a Centrofiori di fare acquisti calibrati sulle diverse piazze d'approvvigionamento italiane ed estere.

Gli arrivi sono regolari, con una frequenza di sei giorni alla settimana. La rapidità con la quale i fiori arrivano nei centri di distribuzione di Centrofiori assicura a tutta la merce qualità e freschezza, garantite anche dalla cura con la quale viene conservata nei magazzini fino alla consegna. Quando i fiori giungono nei centri vengono infatti subito ispezionati, etichettati e riposti in celle in base a temperatura e umidità. Nel giro di 48 ore tutti i fiori vengono consegnati dagli agenti presso i punti vendita dei clienti, in modo da garantire la massima qualità dei prodotti. La merce che dopo le 48 ore rimane invenduta non viene rimessa in vendita, ma recuperata grazie a partnership con aziende che la riutilizzano per la realizzazione di confezioni per i dettaglianti.

Tipologie di vendita

I magazzini di Centrofiori sono aperti ai clienti che scelgono di venire personalmente a visionare e acquistare la merce e ritirare gli ordini fatti in precedenza. E' possibile effettuare ordini direttamente presso i punti vendita di Centrofiori, via telefono, fax, e-mail e sito internet oppure ordinare la merce direttamente agli agenti di zona. Gli agenti visitano infatti il cliente su giri vista prestabiliti almeno due volte alla settimana, portando la merce ordinata e presentando direttamente presso il negozio l'intera



offerta di qualità e varietà dei fiori e verdi ornamentali. La competenza degli agenti è costantemente assicurata da frequenti corsi di formazione strutturati ad hoc.

La squadra Centrofiori

Sinergia d'intenti e collaborazione scandiscono le giornate di lavoro a Centrofiori. Mentre gli agenti sono occupati sul territorio per i giri vendita, i responsabili rimangono in costante contatto effettuando un continuo monitoraggio delle vendite. La suddivisione delle responsabilità sulle aree servite assicura precisione nei vari passaggi che portano dall'acquisto alla vendita, mentre l'elevato livello di informatizzazione permette il continuo monitoraggio sui mercati d'acquisto. La centralizzazione degli uffici amministrativi consente inoltre di dare risposte rapide alle richieste dei clienti e di fornire in tempo reale dati sullo storico e sul fatturato attuale.



I numeri di Centrofiori

- 1: la mission: crescere insieme al cliente
- 3: i punti fermi: qualità, passione e differenza
- 4: i centri vendita di Centrofiori
- 48: le ore necessarie agli agenti per consegnare i fiori presso i negozi dei fioristi
- 60: il numero di persone della squadra Centrofiori
- 250: le tipologie di fiori commercializzate, tra cui 800 varietà di rose e oltre 350 varietà di verdi ornamentali.
- 1.500.000: i chilometri percorsi dalla flotta Centrofiori ogni anno
- 6 milioni di rose, 4,5 milioni di crisantemi, 1,25 milioni di lillium venduti in un anno: un esempio di come Centrofiori sa dare i numeri.

