

Specializzati in automotive

Specializzata nella progettazione, nello sviluppo e nella gestione di sistemi di comunicazione integrata, l'agenzia PdiR si occupa da anni della comunicazione di Ifas Gruppo, prima tra le realtà commerciali più importanti del nostro Paese nel settore della vendita di automobili e di servizi accessori

ifas
GRUPPO

Dal 1951, auto e servizi

Oltre 25.000 auto nuove
più di 15.000 vetture d'occasione vendute in un anno

24 marchi commercializzati
66 punti vendita distribuiti nel Nord Ovest d'Italia

900 addetti al servizio del cliente
30 centri di assistenza gestiti direttamente
Una rete di oltre 150 officine autorizzate

Soluzioni in movimento

www.ifasgruppo.com

La comunicazione di Ifas Gruppo

L'attività di consulenza nel campo delle Pubbliche relazioni ha conosciuto negli ultimi dieci anni una rapida fase di sviluppo. Società, enti pubblici e governativi, istituzioni, si sono, infatti, resi conto che proiettare un'immagine positiva di se stessi sia all'interno della propria struttura come all'esterno, contribuisce in modo determinante a raggiungere i propri obiettivi. In questo contesto opera, già dal 1993, PdiR, acronimo di Punto di Riferimento, un'agenzia di comunicazione e marketing con sede principale a Torino. Oggi PdiR è specializzata nel progettare, sviluppare e gestire progetti di comunicazione integrata: dai media classici all'utente finale, dal pubblico interno alla rete commerciale, dai materiali below the line al web, dal vernissage al grande evento. PdiR, dispone, anche, al proprio interno di Edelight, una divisione operativa specializzata nella web commutation, in grado di gestire soluzioni semplici e progetti complessi sia dal punto



Gli uffici operativi di PdiR

di vista tecnico sia da quello contenutistico, dalla registrazione di domini alla realizzazione di materiali di comunicazione sino ad attività di search engine optimization marketing. L'agenzia si caratterizza per la professionalità e gli skill del gruppo di lavoro: 15 professionisti motivati ed intraprendenti a cui si affiancano di volta in volta almeno 30 esperti selezionati di comunicazione. "Chi si rivolge a PdiR può contare sul contributo di persone specializzate, sulla disponibilità di risorse tecnologiche adeguate e su un'attenzione davvero personalizzata", spiega Ines Boccato, Presidente dell'agenzia. "Per questo motivo, siamo sempre in grado di dimostrare nero su bianco i risultati di ogni nostro servizio e il ritorno del relativo investimento". Gli ambiti in cui PdiR opera sono molti: dall'area Communication, Media Relations & PR al Marketing Communication & Events, dal Direct Marketing alla Corporate identity & Collaterals, dal Management Training alla Web Communication & SEM (Search Engine Marketing). "All'interno di questo quadro generale" continua Ines Boccato "riteniamo opportuno segnalare altri due aspetti molto importanti della nostra offerta, che in questi ultimi anni hanno dato un notevole impulso alla crescita della nostra agenzia: la promozione della Comunicazione Organizzativa (monitoraggio del clima aziendale, programmi di motivazione del personale, new-

sletter, magazine aziendale, comunicazione interna, convention ed eventi aziendali), ed il Monitoring, una pluralità di servizi rivolti al controllo degli investimenti in comunicazione, che comprendono la rassegna quotidiana online, il monitoraggio periodico della stampa, l'osservatorio mezzi e la Media Coverage Analysis". Punto di Riferimento ha consolidato, in particolare, una notevole esperienza nella comunicazione di marketing legata al settore dell'automotive, nel quale ha sviluppato e mantenuto stretti contatti con i migliori esperti del comparto. "L'informazione e la comunicazione nell'automotive (auto, moto, veicoli industriali) non sono legate soltanto alla presentazione dei nuovi prodotti. Sempre più spesso, infatti, sono richieste competenze complete e aggiornate su tutti i componenti della filiera produzione/distribuzione". Altrettanto importante è la rapida evoluzione nella struttura dei canali di commercializzazione. "Nella filie-

ra dell'auto, la distribuzione è stata l'elemento finora meno soggetto a mutamenti, e, quindi quello che ha subito minori innovazioni. L'attuale scenario, sempre più competitivo, impone ora, al contrario, un ripensamento generale su come gestire la concessionaria, l'assistenza, il back office, il parco usato, i servizi integrati".

Informare per Vendere

Insieme: PdiR per Ifas Gruppo

L'acquisizione come cliente di Ifas Gruppo è stata un importante banco di prova per l'agenzia. Ifas Gruppo si posiziona, per numero di auto nuove vendute e giro d'affari realizzato, prima tra i top dealer del mercato. Le strategie del Gruppo mirano ad incrementare la commercializzazione di auto anche attraverso l'offerta di un ampio ventaglio di servizi accessori. "Momento chiave della politica aziendale di Ifas Gruppo è il rapporto diretto con i clienti: ogni sforzo tecnico, logistico, finanziario, amministrativo e commerciale sostenuto quotidianamente dalla Holding e dal suo staff, è, infatti, rivolto al consumatore finale. Tutto il Gruppo ha abbracciato ed applica con costanza la logica della massima customer satisfaction, a partire dalla continua evoluzione dei servizi offerti sino all'attenzione ai bisogni specifici di ogni singolo target. Per favorire questa scelta strategica, Ifas Gruppo punta sulle potenzialità imprenditoriali di tutte le sue aziende". Ifas Gruppo è, infatti, un insieme di società dotate di autonomia che, attraverso diverse modalità di aggregazione, tendono ad un obiettivo comune. "Attraverso acquisizioni e partecipazioni finanziarie, ogni singola azienda opera in funzione della crescita complessiva del business del Gruppo, raziona-

PdiR Punto di riferimento
Via Canonicato Tancredi, 19
10156 Torino
tel: 011 2730357
fax: 011 2741758
pdir@pdir.it - www.edilight.it



Gli strumenti della comunicazione di Ifas Gruppo

- SEAT PagineGialle carta: inserzioni nei volumi
- SEAT PagineGialle online: presenza nella categoria "automobili commercio"
- SEAT PagineBianche online: inserzione nella directory
- Directory on voice: 89.24.24
- Below the Line: attività di ufficio stampa e PR, house organ cartaceo e web
- Sito internet: istituzionale e di prodotto

lizzando la propria attività ed aumentando in questo modo anche la visibilità collettiva. L'obiettivo è raggiungere una sempre maggiore efficacia sul territorio, attraverso l'assunzione di nuovi mandati e l'apertura di punti vendita in aree geografiche scoperte. Senza dimenticare l'attenzione che Ifas Gruppo rivolge al settore dell'usato, che da segmento generalmente critico del processo di commercializzazione si è trasformato per il Gruppo in un'ulteriore opportunità di sviluppo del proprio giro d'affari". Nel rivolgersi a PdIR, Ifas Gruppo aveva espresso una serie di problematiche legate sia alla complessità della propria struttura, che, pur essendo molto articolata dal punto di vista organizzativo,

opera da sempre in modo univoco nei confronti dei clienti, sia al potenziale impatto che le diverse iniziative di comunicazione avrebbero potuto generare sui mercati finanziari. "Si è, quindi, dato vita al progetto di comunicazione interna "Informare per Vendere Insieme", che ha sfruttato tutti i canali di comunicazione interna disponibili. Per distinguere e caratterizzare l'identità e l'immagine di Ifas Gruppo rispetto ai propri concorrenti, è stata definita una nuova corporate identity, espressione dei valori di Ifas Gruppo, declinata, successivamente, in modo coerente su tutti i supporti di comunicazione interni ed esterni. E' stato realizzato un magazine istituzionale interno, su carta e online, finalizzato a

favorire la reciproca conoscenza tra le organizzazioni del Gruppo e sono stati elaborati kit informativi distribuiti periodicamente, contenenti notizie in merito alla concorrenza, alle novità del settore, ai trend di mercato, e così via. E' stata creata, in particolare, in un'area riservata del sito, una sezione che illustra, tramite immagini, video e reportage scritti, gli eventi a cui le singole aziende del Gruppo hanno partecipato in qualità di organizzatrici, sponsor o partner. Attraverso la diffusione periodica della rassegna stampa si è conseguito l'obiettivo di far condividere a tutte le unità del Gruppo il suo posizionamento istituzionale e di mercato. Inoltre, sono stati promossi eventi interni per creare coesione e condivisione tra il personale". Per finire, è stato realizzato il sito aziendale, articolato in due sezioni, una per fornire informazioni di carattere istituzionale, per coloro che vogliono conoscere più a fondo la Holding di Ifas Gruppo e le aziende partecipate o collegate, ed una "di prodotto", per chi è interessato a valutare o ad acquistare un'automobile o uno dei tanti servizi proposti dal Gruppo stesso. "Il progetto ha trovato in SEAT Pagine Gialle un partner importan-



Il marchio Abarth, è il 24° brand rappresentato da Ifas Gruppo che nell'Ottobre 2007 ha inaugurato "Officine Abarth", unico store al mondo a potersi fregiare di un nome così evocativo e carico di emozioni, che sorge proprio nella storica sede torinese del marchio sinonimo sin dagli anni '60 di sportività e alte prestazioni: Corso Marche 34. Officine Abarth vantano una superficie totale di ben 1.000 mq totali con uno staff altamente specializzato, pronto ad accogliere i clienti e a seguirli sia nella personalizzazione e modifica della propria vettura sia nella ricerca di un "Abarth look", grazie alla linea di abbigliamento unica ed esclusiva griffata proprio "Officine Abarth".



Nicola Loccisano, Presidente Ifas Gruppo

te, sia per la sua disponibilità ad interpretare e soddisfare le esigenze del cliente nel modo più funzionale possibile, sia nel mettere a disposizione delle aziende di Ifas Gruppo i propri sofisticati ed efficaci supporti alla comunicazione esterna, come l'89.24.24, il sito PagineGialle.it, i volumi di PagineGialle e il motore di ricerca online di PagineBianche". Numerosi i risultati conseguiti dal progetto lanciato da PdiR. Tra questi meritano di essere, in particolare, rimarcati, il consolidamento del senso di appartenenza al Gruppo da parte delle singole realtà, incluse le più periferiche, i miglioramenti nel servizio reso al cliente grazie alla maggiore capacità di presentare offerte di qualità e valore, la migliore gestione e condivisione delle informazioni tra le diverse business unit, la più diffusa conoscenza degli obiettivi aziendali unita al miglioramento delle relazioni interne e, infine, una maggiore consapevolezza delle risorse presenti all'interno del Gruppo.

Ventiquattro marchi, oltre 41mila auto l'anno

Ifas Gruppo, dal 2004 marchio commerciale della Holding Comipac SpA (Compagnia Italiana Partecipazioni Commerciali) è, dal 1951, la realtà commerciale più importante nel nostro Paese nel settore della vendita di auto e dei servizi accessori. Sotto la guida del suo Presidente, Nicola Loccisano, Ifas Gruppo è presente in Piemonte, Lombardia, Liguria e Valle d'Aosta, con 24 marchi commercializzati, 66 punti vendita, 30 centri assistenza gestiti direttamente e una rete di oltre 150 officine autorizzate. Ifas Gruppo nasce, attraverso l'unione dei migliori dealer del mercato, con il preciso obiettivo di presentarsi ai clienti come un unico, qualificato e completo, punto di riferimento per tutte le loro esigenze, dall'acquisto di vetture nuove ed usate, ai servizi di post vendita e alle riparazioni, sino ai servizi assicurativi e finanziari. Questa strategia ha portato Comipac SpA a trasformarsi nel 2004 in Holding, cui fa capo un gruppo composto, ad oggi, da 31 società, delle quali 27 controllate e 4 collegate, operanti in tutti i diversi settori di attività legati al mondo dell'automotive. Dal maggio 2006, grazie all'ingresso nella Holding di Santana Italia SpA, il Gruppo è diventato, anche, importatore ufficiale di auto. Dinamismo, capacità di cogliere i segnali del mercato e di adeguarsiv rapidamente, elevati standard qualitativi nei servizi erogati ai clienti, fanno di Ifas Gruppo uno dei principali leader del comparto. A decretarne ulteriormente il successo, in ottobre 2007 Ifas Gruppo ha inaugurato Officine Abarth, unico store al mondo a potersi fregiare di un brand così evocativo e carico di emozioni: Officine Abarth sorge nella storica sede torinese in Corso Marche 34, dove nel 1949 ebbe origine la leggenda dello "Scorpione". Attualmente i marchi automobilistici rappresentati sono 24: Alfa Romeo, Chevrolet, Chrysler, Daihatsu, Dodge, Ferrari, Fiat, Ford, Galeon (imbarcazioni), Great Wall, Honda, Hyundai, Jaguar, Jeep, Lancia, Land Rover, Maserati, Meta (microcar), Mitsubishi, Officine Abarth, Opel, Saab, Santana, ZK (veicoli industriali). Anche la gamma dei servizi offerti da Ifas Gruppo è vastissima: assicurazioni, assistenza e ricambi, finanziamenti e leasing, noleggio, soluzioni per disabili, veicoli industriali, vendita e noleggio imbarcazioni. L'organizzazione di Ifas Gruppo conta su 921 persone, tra dirigenti, amministrativi, addetti alla vendita, operai specializzati e collaboratori. I volumi di vendita annui raggiungono oltre 26.000 vetture nuove e 15.000 usate, con un fatturato consolidato nel 2006 pari a 600 milioni di euro. E il Gruppo prevede un ulteriore significativo sviluppo nel 2007, con un target del +10%, per un fatturato previsto di 660 milioni di euro.

Ifas Gruppo
Marchio commerciale di Comipac SpA
Via Moncenisio, 8
10024 Moncalieri (Torino)
tel.: 011 6059000
email: info@ifasgruppo.com
www.ifasgruppo.com

ifas
GRUPPO
Dal 1951, auto e servizi