



## Profilo e catena del valore aziendali

Realizzato per AssoLowcost

Marzo 2010

**Databank**  
Cerved Group

Cerved Group SpA - Corso Italia, 8 - 20122 Milano - Telefono 02.721071 - Telefax 02.72107333



## I punti cardine di Conforama sono:

- multispecialista con un ampio assortimento di prodotti a prezzi competitivi
- offerta in linea con le esigenze del mercato italiano
- forte attrazione dei negozi nell'ambito dell'isocrona dei 30 minuti
- presenza di servizi pre e post vendita

Conforama è presente in Italia dal 2002 allorché rilevò i punti di vendita Emmezeta. Da allora ha intrapreso una profonda azione di revisione e riposizionamento della formula commerciale, in coerenza con il pay off “Il piacere di arredare low cost”, attraverso le seguenti iniziative:

- immagine di catena commerciale con prodotti a prezzo competitivo e sviluppo di prodotti a marchio proprio, sostenuta da un'intensa campagna promozionale,
- elevato assortimento di prodotti per garantire un'offerta in linea con la mission di retail multispecialista nell'arredamento e nei complementi di arredo della casa. L'80% dei prodotti è immediatamente disponibile per il ritiro.

- revisione del layout dei punti di vendita allo scopo di ottimizzare le ampie superfici e generare una piacevole esperienza d'acquisto per i clienti. Adeguamento dei negozi al concept dell'insegna che fa leva sul mix prodotti self service e su misura e prezzo estremamente competitivo.
- offerta di prodotti in linea con lo stile ed i gusti del paese ospitante attraverso lo sviluppo di accordi di fornitura nazionali.

Dall'eredità Emmezeta, Conforama Italia ha deciso di mantenere il settore dell'abbigliamento, separandolo dal negozio Conforama e creando una nuova insegna, Emmezeta Moda.

Emmezeta Moda, presente accanto a 13 dei 15 negozi Conforama in Italia, completa l'offerta prodotto ai clienti e rispecchia la stessa filosofia aziendale.

Per questo il pay off "Il piacere di vestire low cost", immediatamente collegabile al pay off Conforama.



- **Orientamento al Cliente:** costante azione di monitoraggio del grado di soddisfazione della clientela, con sistematica raccolta di segnalazioni sulla qualità del servizio tramite i contatti telefonici post vendita; interventi di miglioramento con il coinvolgimento del management; creazione di un database clienti per pianificare azioni di fidelizzazione; allestita anche un'area in ingresso/uscita negozio dedicata alla raccolta di qualsiasi suggerimento da parte dei clienti.
- **Prezzo:** i prodotti di primo prezzo vengono offerti con la garanzia di essere i più competitivi tramite la formula Convenienza Garantita, che prevede il rimborso del prezzo se il cliente trova lo stesso prodotto a prezzo più basso in un altro negozio nel raggio di 30km. Conforama seleziona inoltre una serie di prodotti segnalati con il bollino Top Confo che rappresentano il miglior rapporto qualità / prezzo.

- **Innovazione e gamma:** ampio assortimento di prodotti per rispondere ai più svariati bisogni di acquisto e per soddisfare i differenti gusti di arredamento;
- **Layout punti di vendita:** pianificazione del layout dei diversi negozi Conforama per facilitare il percorso della clientela;
- **Servizio di progettazione al computer:** mediante un software dedicato, per dare al cliente un'immagine tridimensionale immediata del prodotto all'interno del proprio ambiente.
- **Servizi di post vendita:** utilizzo di montatori qualificati, coordinati e assistiti dalla direzione del negozio, in grado quindi di garantire prestazioni efficienti e di rispettare le tempistiche concordate con la clientela.

Conforama Italia (dati 2009):

- Fatturato: 300 milioni di Euro
- 15 punti di vendita, con un programma a breve di nuove aperture (1 nel corso dei prossimi dodici mesi)
- 1.800 dipendenti
- 16 milioni di visitatori

# Mappa del posizionamento competitivo di Conforama Italia

