



## **MA-FRA** UN NUOVO APPROCCIO ALLA DETERGENZA DELL'AUTO



Incontro con  
**STEFANO STERCHELE**  
Responsabile Italia canale GDO GDS

**Forte del suo know how e della sua esperienza nello sviluppo e nella produzione di prodotti per la detergenza di auto, moto e barche, l'azienda ha focalizzato l'attenzione su un supporto didattico che spiega il lavaggio a regola d'arte dell'automobile.**

«**R**ispetto a tutte le altre aziende del comparto – ha spiegato Stefano Sterchele, Responsabile Italia canale GDO GDS di **MA-FRA** – proveniamo dal mondo dei professionisti dell'autolavaggio, una consolidata esperienza che oggi l'azienda mette a disposizione dell'utente finale, proponendosi al contempo come partner affidabile del retail di cui conosciamo e possiamo soddisfare i bisogni, anticipando in modo in-

novativo le esigenze del mercato. La nostra estrazione professionale – ha sottolineato – la presenza nei mercati internazionali e il contatto quotidiano con i clienti, anche attraverso i principali social media, ci hanno permesso, infatti, di conseguire il più alto numero di recensioni positive sul web». Presente per la quinta volta a Bricoday, all'ultima edizione **MA-FRA** ha valorizzato l'ampia gamma di prodotti, tutti Made in Italy e



certificati TÜV SÜD, presentato alcuni interessanti accessori di lavaggio, ma soprattutto ha focalizzato l'attenzione sulle modalità del loro utilizzo attraverso un nuovo approccio alla detergenza dell'automobile. Un nuovo metodo di lavaggio che svela all'utente gli step, i prodotti e gli accessori da utilizzare, ed offre suggerimenti e contenuti di approfondimento per una nuova esperienza di cura della propria auto. Il tutto illustrato chiaramente, fase per fase su un dépliant, una vera e propria guida di lavaggio a 360° per il cliente, che potrà scoprire anche come effettuare la rifinitura al box self service e le corrette fasi per la sanificazione degli interni. «Ren-

diamo accessibile e condividiamo con l'utente finale e il retail la nostra conoscenza ed esperienza – ha aggiunto Stefano Sterchele – spiegando i “trucchi del mestiere”, i passaggi fondamentali, per rispondere ai principali bisogni cliente, accompagnando entrambi verso un migliore e appagante risultato finale: un'auto sempre perfetta tutto l'anno e dei brillanti risultati di vendita! Questo è molto importante perché spesso l'utente si avvicina al banco senza alcun supporto informativo e di approfondimento. Trova solo un insieme di prodotti, a volte anche non correlati tra loro e non sempre riesce a trovare ciò che soddisfa al meglio il proprio biso-

gno. Questa guida, distribuita in fiera e disponibile attraverso il retail per i nostri clienti – ha concluso – va ad arricchire l'offerta di strumenti didattici e contenuti multimediali di approfondimento prodotto a supporto della vendita e della teatralizzazione degli spazi che realizziamo per rendere sempre più attrattiva e coinvolgente l'esperienza d'acquisto al cliente. Inoltre, mettiamo a disposizione il know how aziendale per la formazione degli addetti alle vendite che, formati sull'offerta disponibile, possono soddisfare in modo professionale richieste e bisogni del cliente, diventando punto di riferimento per tutte le necessità nell'intero comparto». ■

[www.mafra.it](http://www.mafra.it)