



Ernesto di Majo (a destra) e Davide Pierno.

IL FRANCHISING È UNA COSA SERIA

ERNESTO DI MAJO e **DAVIDE PIERNO**: due professionisti separati da un quarto di secolo, ma accomunati da una grande passione per il franchising, stanno rivoluzionando il settore con grinta, entusiasmo e innovazione.

Se si ha un'idea imprenditoriale con un grande potenziale e si sta pensando di svilupparla in franchising, allora Ernesto Di Majo e Davide Pierno sono tra le persone più giuste a cui rivolgersi. Parliamo di un temporary manager e di un direttore creativo esperti in franchising, che oggi rappresentano una vera novità in uno scenario saturo di società di sviluppo franchising e agenzie Web, che propongono soluzioni non sempre all'altezza delle esigenze dei mercati.

In che cosa consiste l'innovazione della vostra proposta? «Abbiamo deciso di approcciare il comparto franchising andando in controtendenza. Infatti non lavoriamo per rendere il franchisor dipendente da noi, bensì collaboriamo con lui dall'interno con lo scopo di renderlo autonomo. In pratica la figura del temporary manager entra nell'organico del franchisor unicamente per il lasso di tempo utile a creare le attività necessarie a rendere il suo brand performante, mentre il direttore creativo lavora al suo fianco per comunicare al meglio queste potenzialità, attraverso i canali offline e online, con l'unico scopo di selezionare, formare e sviluppare un comparto marketing interno, tenendo per sé la sola direzione creativa».

E se il franchisor, nonostante questo approccio in controtendenza, volesse delegare a voi la gestione delle sue attività di sviluppo e comunicazione?

«Anche in questo caso riteniamo di poter offrire un approccio innovativo. Infatti dal lato sviluppo offriamo al franchisor un servizio di alto segretariato mirato a scremare i contatti, con lo scopo di fargli incontrare unicamente potenziali affiliati profilati, mentre dal lato della comunicazione potremmo offrirgli, quasi al prezzo di una sola risorsa, un intero team marketing con una caratteristica piuttosto unica sul mercato: il 100% dei suoi componenti operano unicamente nel franchising, il che significa alta specializzazione nel b2b e nel b2c».

C'è un messaggio che desiderate comunicare in maniera inequivocabile? «Sì: il franchising è una cosa seria, e va trattato in modo altrettanto serio. Infatti il fai-da-te o l'approssimazione produrranno errori che verranno replicati in serie, precludendo al brand l'opportunità di diventare un grande franchising».

INFO: Numero Verde 800 590759,
www.ernestodimajo.com
www.davidepierno.it