

# Non siamo più 'quelli delle pulizie'!



## RESTITUIRE DIGNITÀ A UN LAVORO CONSIDERATO TRA I PIÙ UMILIANTI È LO SCOPO DEL METODO PULITISSIMO, MARKETING E STRATEGIE PER IMPRESE DI PULIZIE

Flavio Trincas



Cosa intendo dire con la frase: non siamo più quelli delle pulizie? Prima di rispondere lascia che dica brevemente chi sono. Mi chiamo Flavio Trincas e nel 1998 sono entrato nel mondo delle pulizie. Ho lavorato come dipendente per due anni, poi ho deciso di aprire un'impresa per conto mio, fotocopia di quella dove ero dipendente (Lisa Service). I primi anni sono andati alla grande, lavoravo bene, riuscivo a mantenere la mia politica di prezzi alti per garantire un lavoro di qualità, avevo alcuni piccoli lavori e uno impegnativo, responsabile del 70% del

mio fatturato. E andava tutto bene. Così bene che sei anni fa ho addirittura deciso di espandere il mio lavoro oltre confine e aprire l'attività anche all'estero. Proprio mentre mi trovavo all'estero, ho ricevuto una telefonata dal mio cliente principale, quello che rappresentava il 70% delle mie entrate: "Flavio, abbiamo trovato un'impresa che ci propone la metà del prezzo che chiedi tu. Se vuoi mantenere il lavoro devi abbassare il prezzo". Io dico di no, che non era possibile, e non accetto. Al mio rientro in Italia trovo subito un altro lavoro importante, la pulizia dello stadio Sant'Elia di Cagliari. Anche qui si ripete la stessa storia, collaboro per due anni con loro, poi un'impresa propone un prezzo molto più basso del mio e quindi perdo anche questo lavoro.

### UN PROBLEMA COMUNE

Sono successe anche a te situazioni simili? Dopo questa ennesima batosta ho iniziato a pensare che dovevo fare qualcosa per essere diverso dagli altri: "Ecco, comprenderò macchinari rivoluzionari, sarò il primo e avrò tanti lavori". Così ho acquistato l'attrezzatura per lavare i vetri fino a 20 metri da terra. All'inizio qualche lavoro lo trovo, come al solito a prezzi alti. Accetto anche il lavoro di T hotel, un lussuoso albergo di Cagliari, con tutte le pareti in vetro. E anche qui si ripete la stessa storia: dopo qualche anno, un'impresa presenta un preventivo molto più basso del mio - precisamente il 50% - e perdo anche quest'altro lavoro importante. A questo punto prendo la decisione di rifare il sito internet, pensando che così avrei attirato nuovi

clienti, mi reco in una web agency e il consulente mi chiede: "Parlami della tua azienda. Cosa differenzia la tua azienda dalle altre? Perché devo scegliere la tua azienda piuttosto che un tuo concorrente?" A queste domande vado in tilt. Sapevo rispondere solo con la solita tiritera... la professionalità, l'onestà, la puntualità: tutte cose vere, ma che non mi differenziavano dagli altri. Il consulente allora mi ha prestato un libro, 'La mucca viola'. L'ho divorato in qualche giorno e poi ho iniziato a cercare su internet informazioni sul marketing e i sistemi di vendita. Così ho iniziato a studiare marketing con il più bravo formatore d'Italia e tra i più bravi al mondo. Ho fatto corsi in Italia e all'estero (Rimini, Parma, Vienna, Lugano, Lubiana) e ho seguito altre decine di corsi on line (sempre a pagamento, quindi sempre di qualità).

### UNA LEZIONE IMPORTANTE

Il mio formatore insegnava ciò che lui per primo metteva in pratica, perciò per noi studenti era tutto molto più semplice, si trattava solo di applicare alla mia azienda tutti i principi, i consigli, i suggerimenti che venivano dati in questi corsi. Una delle prime cose che ho imparato è l'importanza di avere un focus, cioè una specializzazione e un target preciso di clienti. Così ho ideato i miei tre brand: Studio Pulito, Vettrine Pulite e Studio Marketing. Applicando i principi di marketing che ho studiato e che continuo a studiare ho cercato solo clienti che possono apprezzare il mio lavoro e che mi pagano in anticipo o puntuali. Non devo più andare a elemosinare ciò che mi è dovuto a clienti che pagano quando vogliono e così non mi scontro più con le altre imprese di pulizia con la guerra dei prezzi!

### CONDIVIDERE L'ESPERIENZA

Vorrei trasmettere anche a te - che probabilmente devi combattere ogni giorno contro tutto e tutti per portare a casa lo stipendio - i principi che ho imparato. Mi ha sempre fatto rabbia vedere che un mestiere così faticoso, che necessita di professionalità importanti, che incide in modo essenziale nella vita delle persone - perché ci preoccupiamo di tenere puliti gli ambienti dove vivono o dove lavorano e dove trascorrono la maggior parte delle ore della giornata - sia alla fine così banalizzato. Mi fa rabbia vedere che impresari di pulizie bravi e preparati si ritrovino a vendere il loro lavoro e la

loro professionalità per un lauretto pagato poco e male, che certo consente di vivere, ma è frustrante e non appaga di certo. So cosa significa restare umilmente di essere pagati per il lavoro svolto. So cosa significa ricevere pagamenti dopo 6-8 mesi. So cosa significa ricevere richieste assurde e non pagate da parte di clienti maleducati. So cosa significa lavorare dalle tre del mattino o fino alle tre del mattino. Ti capisco perché in oltre 20 anni di carriera ci sono passato anche io finché ho deciso di cambiare e ho iniziato a studiare marketing e sistemi di vendita. È mio desiderio ridare dignità e rispetto al nostro lavoro in tutta l'Italia: per questo ho deciso di aprire un gruppo Facebook riservato ai titolari delle imprese di pulizie di tutta Italia. Il gruppo Facebook si chiama "METODO PULITISSIMO marketing e strategie per imprese di pulizie" ed è riservato ai titolari di impresa di pulizie. In questo gruppo, formato da alcune centinaia di titolari di imprese di pulizie, si trattano argomenti di marketing e strategie con video, dirette e post su argomenti utili a tutti i titolari delle imprese di pulizie. Per esempio: Come trovare nuovi clienti? Come trovare clienti che pagano quanto e quando voglio io? Come farsi pagare puntualmente o in anticipo? Come preparare il preventivo? Come trovare una specializzazione? Come trovare e gestire il personale? E tanti altri argomenti

molto pratici, con contenuti facilmente applicabili e con risultati immediati.

### L'IMPORTANZA DELLA PULIZIA

In questo particolare momento storico, in tempo di Covid-19, molte persone si sono accorte dell'importanza delle imprese di pulizie e sanificazione. Molte persone finalmente non vedono più il lavoro delle imprese di pulizie come un costo, ma come un investimento, una prevenzione per proteggere i dipendenti che lavorano nella loro azienda o i pazienti degli studi medici e, soprattutto, se stessi! Perciò è giusto farsi trovare pronti e preparati: per fare questo però bisogna studiare e formarsi. Dobbiamo sapere e capire perché stiamo eseguendo un lavoro in un modo specifico, oppure dobbiamo capire perché utilizziamo un prodotto piuttosto che un altro. Facciamo capire alle persone che noi non siamo più semplicemente 'quelli delle pulizie' ma siamo i professionisti del pulito, ma professionisti nel vero senso della parola, non solo come una dichiarazione d'intenti. Dobbiamo diventare un punto di riferimento per i nostri clienti, essere gli specialisti, i professionisti, gli esperti. In questo modo potremo elevare il nostro lavoro al livello che meritiamo e ridare dignità e rispetto al mondo del cleaning. Se non l'hai ancora fatto, iscriviti al gruppo Facebook *Metodo Pulitissimo marketing e strategie per imprese di pulizie*.