

Il marketing deve essere creativo...

Prosegue la rubrica di ZeroSottoZero all'insegna del *Pink Power* nel marketing con l'incontro con Viviana De Sero, Product Manager Centrali Frigorifere di **Epta**, azienda leader nel settore della refrigerazione commerciale per la Distribuzione Organizzata.

Viviana De Sero ha 36 ed è ingegnere meccanico con orientamento termotecnico. È molto sportiva e ama praticare Free climbing e scialpinismo, ma non

disdegna fare shopping. Viaggiare è una delle sue passioni e il lavoro le permette di farlo molto spesso. Condivide l'ufficio con i colleghi Francesco, Diana, Loris e uno gnomo portafortuna che le è stato regalato in occasione di un'esperienza di lavoro all'estero e al quale è molto legata.

Quale trend sta vivendo il settore dove opera?

Sul lavoro sono inflessibile, nel senso che chiedo il 100% dell'impegno anche e soprattutto a me stessa. Ho la grande fortuna di fare un lavoro in cui posso applicare gli studi compiuti all'università di Padova, cosa che non a tutti è concessa. Rispetto al settore dell'air conditioning, da cui provengo, il mondo della refrigerazione vede in competizione meno aziende e, tra queste, il gruppo **Epta** è sicuramente il leader indiscusso grazie al sistema di prodotti di soluzioni di alta qualità in unione ad un servizio di assistenza e manutenzione. Sicuramente la recessione, l'incertezza sul futuro economico e politico, i conflitti in Medio Oriente e in Africa hanno fortemente influito sull'andamento del settore della refrigerazione commerciale. Queste aree rappresentano, infatti, da diversi anni i più importanti mercati di sbocco per

Viviana De Sero

Product
Manager Centrali
Frigorifere di **Epta**



l'intero comparto e sarà interessante seguirne gli sviluppi futuri.

Cosa significa fare marketing per un produttore del freddo?

Significa avere innanzitutto una preparazione tecnica di alto livello: il cliente oggi chiede non solo che gli si venda un banco e una centrale frigorifera, ma che vengano risolte tutte le criticità all'installazione, tramite una buona rete di assistenza specializzata, e soprattutto che vengano fornite soluzioni efficienti e il più possibile adeguate alle sue esigenze. Significa, inoltre, avere molta inventiva e saper essere curiosi di quanto accade intorno a noi: molto spesso possiamo trarre degli ottimi spunti da ambienti lavorativi differenti, ma che affrontano problemi che, in sostanza, sono molto simili a quelli della refrigerazione.

L'essere donna in un settore così maschile le è stato di aiuto o di ostacolo?

La mia esperienza in **Epta** è estremamente positiva in tal senso. Infatti, nel contesto in cui lavoro, non sono mai stata discriminata in quanto donna e anzi, ogni mio contributo viene sempre valorizzato e tenuto in grande considerazione. Inoltre

mi piace molto l'approccio aziendale nei confronti del personale e la cultura basata sull'integrazione e sulla cooperazione. Ogni anno, infatti, ci viene offerta la possibilità di frequentare corsi presso le più prestigiose scuole internazionali di business e capitalizzare esperienze all'estero.

Quali obiettivi professionali si è prefissa per il 2011?

Riuscire a conoscere in maniera approfondita un ambito su cui si giocherà molto del futuro della climatizzazione: l'utilizzo di refrigeranti naturali quali la CO₂, la soluzione più vantaggiosa per ridurre progressivamente gli HFC. In quest'ottica abbiamo sviluppato Eptagreen, centrale refrigerante naturale. Inoltre, le competenze acquisite grazie ai numerosi impianti subcritici e transcritici realizzati ci hanno consentito di organizzare in UK un Training Center che finora ha coinvolto più di 100 professionisti, di diverse nazionalità, per l'aggiornamento costante sulle nuove tecnologie a CO₂. Un'esperienza fatta recentemente in prima persona, che mi ha permesso di arricchire il mio bagaglio professionale. ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ritaglio stampa
Testata: ZeroSottoZero
Pagina: 30
Data: Settembre 2011