

UBROKER S.P.A.

Guida pratica per costruire la tua attività

INDICE

1. Benvenuto
2. La nostra missione
3. Chi è uBroker
4. Perché il nostro modello è diverso
5. Il percorso del cliente
6. Il percorso del collaboratore
7. Script cliente CVA
8. Script collaboratore CA
9. Gestione clienti
10. Organizzazione del lavoro
11. Obiezioni
12. Domande frequenti
13. Procedure operative
14. Materiale utile

1. BENVENUTO

Benvenuto nella squadra!

Questo manuale nasce con un obiettivo preciso:

Farti risparmiare mesi di errori.

Non serve imparare tutto in un giorno.

Serve sapere dove trovare ogni risposta.

Ogni volta che avrai un dubbio, apri questo manuale.

2. LA NOSTRA MISSIONE

Non vendiamo energia.

Aiutiamo le persone a spendere meno su qualcosa che dovranno pagare tutta la vita.

Ogni famiglia, ogni negozio, ogni piccola azienda.

L'obiettivo è costruire un gruppo d'acquisto che generi sconti sempre maggiori.

3. Chi è Ubroker?

La storia di uBroker S.p.A.

uBroker nasce nel 2014 a Torino dall'idea di due imprenditori, Cristiano Bilucaglia e Fabio Spallanzani, con l'obiettivo di creare un nuovo modello nel settore dell'energia: un'azienda capace di unire tecnologia, semplicità e relazione umana in un mercato tradizionalmente percepito come complesso.

Fin dall'inizio, la visione di uBroker è stata quella di rendere più semplice il rapporto tra persone ed energia, offrendo ai clienti un modo più trasparente di gestire le proprie forniture di luce e gas e sfruttando le nuove possibilità offerte dal digitale.

Nel 2015 l'azienda avvia ufficialmente la propria attività come fornitore di energia elettrica e gas, rivolgendosi principalmente a clienti domestici e micro-business su tutto il territorio nazionale.

Negli anni successivi uBroker cresce rapidamente, sviluppando un modello commerciale basato sulla relazione con le persone e sulla costruzione di una rete commerciale. L'azienda punta sulla formazione dei collaboratori e sulla condivisione delle competenze attraverso strutture dedicate alla crescita professionale.

Uno dei concetti centrali della filosofia aziendale è che l'energia non sia solo una fornitura, ma una relazione: una relazione tra azienda, clienti e collaboratori. La mission dichiarata dall'azienda è rendere gli scambi più semplici, economici e trasparenti, mettendo al centro la collaborazione e la fidelizzazione del cliente.

Nel percorso di crescita, uBroker amplia la propria struttura societaria:

- nel 2020 nasce Prime Power, società dedicata al trading energetico e all'approvvigionamento;
- viene sviluppata Zero Academy, dedicata alla formazione e al recruiting della rete commerciale;
- vengono create ulteriori società del gruppo per ampliare le attività nel settore energetico e nei servizi collegati.

Nel 2022 uBroker cambia forma giuridica da S.r.l. a S.p.A., un passaggio importante nel percorso di crescita e strutturazione dell'azienda.

Oggi uBroker si presenta come un operatore italiano del mercato luce e gas, con sede operativa a Collegno (Torino), che serve clienti privati e business in tutta Italia e continua a sviluppare un modello basato su innovazione digitale, consulenza e rete commerciale.

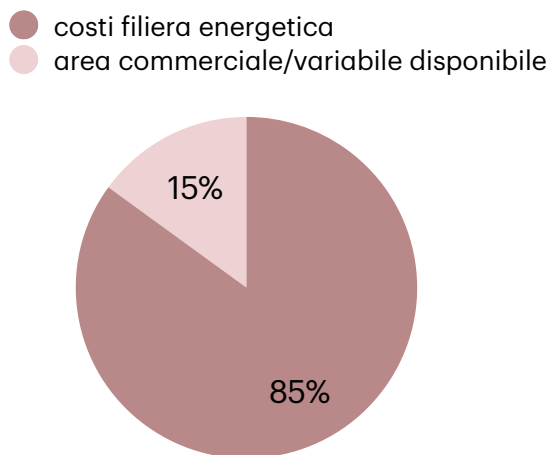
LE NOSTRE CERTIFICAZIONI

<https://ubroker.it/chi-siamo/riconoscimenti/>

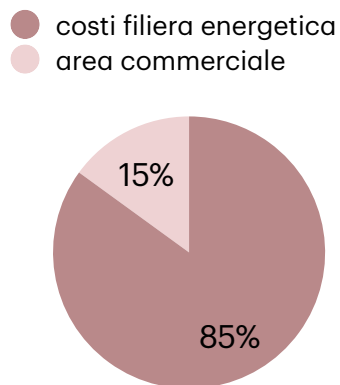
BILANCI

https://ubroker.it/?s=BILANCI&e_search_props=eaf8d87-35202

4. Perché il nostro modello è così diverso?



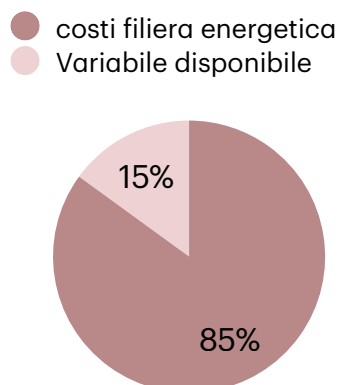
GLI ALTRI GESTORI:



Quando un cliente paga una bolletta, la maggior parte del valore non rimane al gestore. Circa l'85% viene destinato ai costi necessari per far funzionare tutta la filiera energetica: acquisto dell'energia del gas, trasporto, distribuzione, gestione delle reti, oneri, imposte e costi operativi.

L'altra parte del valore rimane come fatturato aziendale.

Il 15% invece è la parte restante su cui il fornitore può scegliere come investire: gli altri operatori lo utilizzano principalmente per attività di marketing tradizionale, pubblicità e acquisizione clienti.



La differenza col modello broker è proprio il modo in cui viene gestita la variabile disponibile del 15%.

Il 10% viene destinato alla rete commerciale, quindi alle persone che attraverso consulenza, acquisizione e gestione della relazione contribuiscono alla crescita dell'azienda.

Il 5% viene destinato a iniziative di vantaggio per il cliente, come strumenti e meccanismi di risparmio/scontistica previsti dal modello aziendale.

7. Script cliente CVA

L'azienda nasce dodici anni fa dall'idea di due imprenditori che volevano entrare in uno dei mercati più ricchi al mondo... ma soprattutto in un mercato da cui nessuno di noi può fare a meno.

Secondo te qual è?

(Aspetta la risposta.)

Se non ci arriva:

È il mercato dell'energia.

Perché ogni casa, ogni negozio e ogni azienda consumano energia tutti i giorni.

È un mercato enorme, che in Italia muove circa 2 miliardi e mezzo di euro al giorno.

A questo punto gli faccio un'altra domanda.

Secondo te quanti gestori energetici esistono oggi in Italia?

(Aspetta davvero qualche secondo.)

Se mi dice:

20...

50...

100...

Io rispondo:

In realtà siamo intorno agli 800 gestori principali, e se consideriamo anche i piccoli operatori arriviamo a superare i 3.000.

Quindi immagina entrare in un mercato del genere.

Il problema qual è?

Che tutti fanno praticamente la stessa identica cosa.

Cambiano il nome.

Cambiano il colore del logo.

Cambiano leggermente le condizioni.

Ma alla fine la promessa è sempre quella:

“Vieni da noi che risparmi.”

In realtà il cosiddetto turismo energetico porta benefici molto limitati.

È un po' come scegliere il benzinaio.

Puoi trovare qualche centesimo di differenza.

Qualche volta risparmi qualche euro.

Ma non cambia realmente la tua spesa annuale.

Ed è proprio da qui che nasce l'idea.

I fondatori si sono chiesti:

“Ha senso diventare il gestore numero 801 facendo esattamente quello che fanno tutti?”

La risposta è stata no.

Noi vogliamo entrare nel mercato...

...ma con un modello completamente diverso.

L'idea era tanto semplice quanto ambiziosa.

Immagina di riuscire, nel tempo, a non pagare più le bollette.

(Fermati. Guarda la reazione.)

Sembra impossibile, vero?

Ed è esattamente quello che pensarono anche loro.

Per questo non si sono fermati all'idea.

L'hanno studiata.

L'hanno sviluppata.

L'hanno fatta certificare.

E hanno costruito un modello che permette ai clienti di ottenere sconti progressivi fino ad arrivare, nei casi più sviluppati, all'azzeramento delle utenze e, per alcuni clienti, addirittura ad andare a credito.

A questo punto però nasce una domanda.

Da dove arrivano questi soldi?

La risposta è molto semplice.

Non abbiamo inventato soldi nuovi.

Li abbiamo semplicemente distribuiti in modo diverso.

Normalmente un gestore energetico investe una parte importante del proprio fatturato in pubblicità.

Spot televisivi.

Cartelloni.

Call center.

Testimonial.

Campagne marketing.

Sportelli fisici.

Noi abbiamo scelto una strada completamente diversa.

Non facciamo pubblicità tradizionale.

Abbiamo una sola sede operativa.

Non investiamo milioni in testimonial o campagne televisive.

Quei soldi rimangono all'interno dell'azienda.

In particolare, il 15% del fatturato che normalmente verrebbe destinato al marketing viene ridistribuito così:

- * il 10% viene destinato al piano di collaborazione;
- * il 5% viene destinato agli sconti per i clienti.

Per darti un'idea...

L'anno scorso l'azienda ha chiuso con circa 300 milioni di euro di fatturato.

Questo significa che circa 15 milioni di euro sono stati destinati esclusivamente agli sconti dei clienti.

E siccome negli ultimi anni il numero dei clienti è cresciuto costantemente, cresce anche il fondo destinato agli sconti.

A questo punto arriva la domanda più importante.

Come vengono distribuiti questi sconti?

Quando un cliente ci affida le proprie utenze entra automaticamente nel nostro gruppo d'acquisto nazionale.

Ogni nuovo cliente che entra successivamente all'interno della sua rete di sconto genera una percentuale di sconto sul consumo di energia.

L'azienda riconosce l'1% del consumo di materia energia, con un minimo garantito di 1 euro, fino a un massimo di 5 livelli di profondità.

In pratica...

Più cresce il gruppo d'acquisto...

Più cresce la scontistica.

Ed è proprio questo il motivo per cui alcuni clienti oggi hanno ridotto in modo importante le proprie bollette e altri sono arrivati ad azzerarle.

Ovviamente tutto questo è completamente informatizzato.

Ogni cliente riceve due applicazioni.

Con la prima può monitorare in tempo reale gli sconti che sta maturando e la crescita del proprio gruppo d'acquisto.

Con la seconda può visualizzare la struttura delle utenze inserite dopo la propria, sempre nel pieno rispetto della privacy, quindi senza poter vedere dati personali o nominativi.