

L'INTERVISTA

Vin Bruno, CEO di CEDIA programmi e strategie per il 2016

Dieci domande per approfondire gli aspetti chiave dell'identità di CEDIA e le novità del 2016, con un occhio ai trend futuri. I valori, le strategie e i contenuti dell'Associazione.

■ Un'intervista che tocca i punti salienti dell'attività di un'Associazione che rappresenta 3.500 aziende associate in tutto il mondo e conta più di 22mila professionisti del settore. Dalle linee guida alle strategie in atto, dalle diverse modalità formative al concetto del "pensare globale, agire locale", con un cenno alle prospettive dei prossimi cinque anni.

Quali sono le linee guida della strategia di CEDIA in tutto il mondo? E le principali attività previste?

«CEDIA fornisce la visione, i contatti e le risorse utili per accrescere le capacità dei propri membri, per collaborare e incrementare la prosperità nella rete del settore, con l'obiettivo di fornire ai clienti una miglior qualità della vita nella propria abitazione. Questa è la nostra strategia guida in tutto il mondo: così facendo, nei confronti dei consumatori e dei partner

CEDIA™

del settore, saremo in grado di consolidare il concetto che CEDIA è il posto giusto per

trovare professionisti seri e affidabili, capaci di progettare, installare, aggiornare e riparare i loro impianti tecnologici.

Il calendario 2016 è già colmo di momenti di formazione, programmi ed eventi. Lo scorso febbraio abbiamo stabilito una settimana da record a Integrated Systems Europe (ISE) e siamo già proiettati a pieno ritmo verso il resto dell'anno. In arrivo vi sono alcune interessanti attività come il progetto "Business Success Training Programme", appena annunciato, una line-up completa di CEDIA Tech Forum e i CEDIA Awards».

Qual è, in particolare, il focus in Europa?

«L'istruzione è un obiettivo chiave, ci siamo impegnati a fornire strumenti e risorse che portino successo e redditività ai nostri membri, a tutti i livelli. A tal fine, durante l'intero anno CEDIA offre formazione 'face to face' e on-line su una varietà di argomenti tecnici e di business.

Oltre alle proposte dedicate ai membri CEDIA abbiamo definito anche diverse iniziative di formazione specifiche per i professionisti del design. Lavoriamo con questi partner per sensibilizzarli su un aspetto: i professionisti CEDIA forniscono loro un contributo di grande valore durante la progettazione e la costruzione e, di riflesso, anche al proprietario della casa.

E le principali attività per il sud Europa?

«Abbiamo un evento previsto in Spagna verso la fine dell'anno e un evento a Nizza. Questi momenti combineranno attività di formazione CEDIA, training sui prodotti e networking peer-to-peer; ci sembrano importanti perché prevedono la possibilità per le aziende di condividere le conoscenze».

Lo stand CEDIA
a ISE 2016.



Guardando all'Italia, negli ultimi anni CEDIA ha attratto l'interesse di numerosi professionisti e gli eventi organizzati da CEDIA sono sempre più frequentati, come sinonimo di qualità e professionalità. Come si sta muovendo CEDIA nel nostro paese per diffondere la propria filosofia?

«Facciamo molto affidamento sulla collaborazione con i membri locali per gestire e definire le attività di CEDIA. Basandoci sul feedback che riceviamo dai membri italiani, stiamo discutendo con SAIE per supportare il loro evento con attività rivolte agli architetti. Quest'anno dovremo anche tradurre in più lingue il nostro video "Una vita migliore vissuta a casa" per mettere in condizione i nostri membri di utilizzarlo. La porta è sempre aperta per i membri, per poterci spiegare come possiamo supportarli al meglio, per sostenere le loro esigenze di business».



Vin Bruno,
Chief Executive
Officer di CEDIA.

CEDIA ha raggiunto un importante traguardo: rappresenta 3.500 aziende associate in tutto il mondo e conta più di 22.000 professionisti del settore. Un'Associazione in grado di operare in questo modo per decenni ha una strategia vincente. Qual è il segreto di questo successo?

«Non sono certo che possiamo definirlo un segreto, ma ci prendiamo cura in modo genuino dei nostri membri e delle loro esigenze. Siamo stati fondati dai membri per i membri: questa profonda consapevolezza rivolta a chi serviamo ci ha permesso di essere attuali nel corso degli ultimi 25 anni. Non importa in quale fase del business si trova un membro, CEDIA è lì per fornire risorse su misura, per aiutarlo a stare un passo avanti rispetto ai tempi, in settori quali l'istruzione e la formazione, la consulenza legale e gli strumenti di business».

Potrebbe descrivere brevemente come CEDIA è presente nel mondo?

«CEDIA possiede certamente una portata globale che si sta espandendo anno dopo anno. Nuove opportunità in nuovi mercati: da questi trend emerge che siamo in grado di lavorare con i membri, i volontari e gli istruttori per capire come CEDIA può supportare al meglio, nelle specifiche regioni, i professionisti della tecnologia residenziale. CEDIA è anche avvantaggiata perché il suo board è rappresentato a livello globale da un gruppo di direttori provenienti da numerosi paesi diversi, i quali forniscono informazioni preziose sulla crescita della nostra rete di settore».

Quanto è importante la formazione on-line per CEDIA e quanto è importante se confrontata con la modalità tradizionale?

«Ci sarà sempre necessità di organizzare una formazione pratica in aula per la natura del nostro settore, ma la formazione online rispetto a quella pratica fornisce ai nostri membri uno strumento supplementare, economico e accessibile, rispetto alla formazione pratica. I membri CEDIA possono accedere a molteplici risorse di formazione on-line, scontate e gratuite, comprese nei servizi offerti agli associati; vogliamo così incoraggiarli sempre ad approfittare di queste offerte».

Pensare globale, agire locale: come CEDIA applica questo concetto?

«La nostra strategia si concentra sulla visione, i contatti e le risorse utili per potenziare i nostri membri. CEDIA è sempre attenta all'evoluzione della rete di settore a livello globale con un focus sulle potenziali opportunità, le minacce e le tendenze emergenti. Siamo concentrati sulle esigenze dei nostri membri, così lavoriamo per creare risorse neutrali, non dedicate a una specifica regione, ma che possono essere adattate in base alle esigenze di uno specifico paese. CEDIA è anche fortemente impegnata

negli eventi locali che offrono occasioni per imparare e creare una community».

Formare i custom installer e i system integrator secondo gli standard qualitativi di CEDIA significa promuovere questa cultura tra i consumatori finali. Qual è la sua opinione al riguardo?

«Coltivare la consapevolezza dei consumatori e aiutare i membri CEDIA a comunicare il proprio valore ai loro clienti è un punto dolente, ed è un aspetto sul quale ci stiamo concentrando per risolverlo. Faremo di CEDIA un sinonimo di tecnologia perché diventi il primo luogo al quale gli utenti finali si rivolgono per migliorare, con la tecnologia, la qualità della loro vita».

Concludiamo in leggerezza, con una previsione: come si immagina CEDIA fra 5 anni?

«Le ricerche dicono che il nostro mercato triplicherà le sue dimensioni in soli cinque anni, quindi CEDIA vivrà una crescita esponenziale e diventerà più rilevante sia per i propri membri che per i proprietari delle abitazioni. Nel corso dei prossimi cinque anni numerose tecnologie emergenti avranno un impatto significativo sul mercato; crescerà il fattore "su misura" fra gli appassionati di tecnologia. Questi cambiamenti potranno generare enormi opportunità di crescita per i membri CEDIA, così da aumentare la loro credibilità come esperti di fiducia nei confronti dei clienti, in modo tale da offrire loro una user experience eccezionale».