



Febbraio 2020

I primi 50 anni di Mercurio Misura... e oltre

Alla fine degli anni '50, l'industriale tessile Piero Bassetti, futuro presidente della Camera di Commercio di Milano e primo presidente della Regione Lombardia, incontra un consulente francese uscito dalla *Bédaux*, una delle storiche società europee di consulenza organizzativa.

Bernard Julhiet aveva fondato in Francia da qualche anno la *Bernard Julhiet Conseil*, società specializzata nella formazione professionale dei venditori.

L'Europa si sta ancora curando le ferite della guerra, ma è pervasa dall'ottimismo indomabile della ricostruzione e dal desiderio di imitare il modello americano dell'economia di consumo, nel quale la funzione della vendita è pienamente accettata dalla società e la qualità delle relazioni interpersonali, comincia ad essere oggetto di studio e divulgazione. Il *Venditore Meraviglioso*, *Morte di un commesso viaggiatore* e manuali di vendita di ogni tipo sono opere diffuse, mentre in Italia la vendita è ancora considerata un'attività di ripiego, estrema condizione di sopravvivenza per disadattati sociali senza speranza d'impiego dignitoso, possibilmente in un'amministrazione pubblica.



Ugo Clima è uno di questi. Studente universitario senza dedizione, precario ante litteram,



cerca sostentamento in lavori occasionali, tenendo anche corsi a guardie e ladri nel carcere di Milano, *San Vittore*, finché dopo aver superato un test psicoattitudinale collettivo, viene assunto dall'*Olivetti*, società all'avanguardia, non solo per la qualità delle sue macchine per ufficio,



ma anche per la modernità della sua rete di vendita, costituita da oltre 2000 venditori diretti.

Quando Piero Bassetti incontra Bernard Julhiet, che in una riunione d'imprenditori mostra il suo metodo di formazione alla vendita, decide di creare in Italia un'impresa, capace di diffondere qualcosa di simile, per migliorare la qualità delle reti di vendita, in quel periodo in piena espansione e unico strumento aziendale per gestire i propri mercati.

In società con Bernard Julhiet, nasce così un Centro di Formazione alla Vendita, con sede a Milano in viale Majno 17/A, che assume il nome di un controverso dio greco, Mercurio, scelto per essere il protettore dei mercanti, dei farmacisti e d'alcune altre categorie professionali dall'incerta reputazione.

Nasce così in Italia la prima attività "scientifica" di formazione alla psicologia di vendita, che si stacca nettamente dal folklore dei metodi in atto, pressoché barbarici. I suoi primi clienti sono le società più evolute dell'epoca, tra cui la stessa *Bassetti*, il *Lanificio di Somma*, la *Nestlè*, la *Barilla*, la *Shell*, la *Gillette*, la *Roche*, la *Ciba*, la *Glaxo*, la *Eli Lilly* e molte altre, tutte di primissimo piano.

Nel 1968, dopo la fusione per incorporazione della *Misura*, pionieristica società di ricerche di mercato e sondaggi d'opinione nata nel 1957 e "raccontata" nel volume *Milano tra ricostruzione e globalizzazione*, i fratelli Piero e Giansandro Bassetti decidono di cedere l'azienda ai consulenti che ne avevano, fino a quel momento, garantito le attività e pochi anni dopo Ugo Clima ne rileva tutte le quote.

Nel 2008, *Mercurio Misura* celebra i suoi cinquant'anni di presenza sul mercato.

Come spiegare questa sorprendente capacità di sopravvivenza?

Le sole risposte plausibili sono anzitutto l'aver saputo offrire alle aziende gli strumenti più efficaci per migliorare l'azione

commerciale sui mercati, anticipando lo sviluppo delle tecnologie e dei media: non solo





formazione di venditori, ma anche **strutture di marketing** adeguate, motivazione e sviluppo del personale, strategie di **comunicazione diretta**.

In secondo luogo, di essere stati in alcuni casi i primi, e sempre fra i pionieri, nell'innovazione dei metodi e delle strategie per rendere più efficace l'orientamento al cliente delle imprese.

Nel 1973, con largo anticipo sull'integrazione delle economie occidentali, *Mercurio Misura* partecipa alla creazione dell'associazione *International Management Development*, con lo scopo di facilitare lo scambio di metodi e tecniche manageriali fra gli associati. In pochi anni conta l'adesione di 22 società di consulenza appartenenti ai Paesi più sviluppati del mondo. Nel maggio 1980 introduce in Italia il marketing telefonico, firmandone l'atto di nascita durante il Congresso *Direct Marketing & Mail Order Association*, in qualche modo madrina dell'attuale marketing relazionale. Il marketing telefonico è il progenitore del fenomeno sociale dei Call Center, e resta uno dei principali strumenti operativi del CRM (*Customer Relationship Management*). Strategia di management, quest'ultima, della quale cominciammo ad occuparci fin dal 1995.

Questa incredibile longevità, in un settore in cui la vita media delle aziende non supera i quattro anni, deriva anche dall'aver stabilito con i clienti un rapporto così duraturo e profondo, da essere misurato in lustri e dall'aver superato, in alcuni casi, come per esempio la farmaceutica *Eli Lilly*, i 40 anni di collaborazione.

Con un gruppo di collaboratori d'eccezione, giunti ormai alla quarta generazione ed in alcuni casi usciti dalla società per assumere ruoli di prestigio in aziende importanti, Ugo Klima è la memoria storica della società. Inspiegabilmente vivo dopo 50 anni d'attività professionale, oggi si occupa di trasferire a collaboratori trentenni non le proprie esperienze, perché queste non si trasmettono, ma i principi, le tecniche, il *know how*, la deontologia professionale e l'amore per l'innovazione, che hanno fatto di *Mercurio Misura* un fenomeno raro fra le società di consulenza del nostro Paese.



Cronologia

- 1958 Piero Bassetti fonda “**Mercurio** - Centro formazione alla Vendita Spa” e “**Misura** - Studi di mercato e sondaggi d'opinione Spa”.
- 1965 Ugo Clima viene cooptato come membro esperto nell'Associazione *European Association of Marketing Consultants and Sales Trainers*, detto “Club dei 55”, di cui fanno parte, fra gli altri, Bernard Jhuliet, Yan Wage, Heinz Goldman.
- 1968 *Mercurio* incorpora *Misura*, dando luogo a “**Mercurio Misura Spa**”.
- 1969 Ugo Clima partecipa al V° *Incontro dei Responsabili di Vendita*, organizzata presso la Camera di Commercio di Milano, con il tema “*L'influenza del marketing sulle strutture di vendita*”.
- 1970 Ugo Clima, Mario Camolese ed Hermes Pierotti tengono all'Hotel Excelsior di Venezia, la **prima conferenza italiana sul “merchandising”**, per conto della Commissione Tutela Lino.
- 1973 Ugo Clima, con Bernard Julhiet (Francia), Marjin Veraart (Olanda) e Karl Baumgartner (Germania), creano l'associazione internazionale fra società di consulenza “**I.M.D. International Management Development**”.
- 1974 Ugo Clima tiene a tutti i Dirigenti Esso una conferenza sul tema: “*Le strutture di vendita: strumento di marketing sottoutilizzato*”.
- Mercurio Misura* partecipa con una relazione alla Giornata di Studi, organizzata dalla Camera di Commercio di Milano sul tema “*La distribuzione in Italia: evoluzione o involuzione?*”.
- Max Cappetta e Ugo Clima, tengono alle IX Giornate Farmaceutiche di Torino, una conferenza sul tema “*Come gestire con successo la farmacia, nell'attuale momento economico*”, promosso dalla società Giuliani, inizio del processo di **modernizzazione delle farmacie** italiane.
- 1977 Ugo Clima tiene una relazione alla Camera di Commercio di Milano, sul tema “*Marketing e Ricerca del Consenso*”.
- 1980 Ugo Clima con Antoine Lajouanie, firma l'**atto di nascita del Marketing Telefonico in Italia**, al Congresso a Riva del Garda del DM&MO, associazione italiana del Direct Marketing. Nasce **Tele Emme Srl**, società controllata di *Mercurio Misura* dedicata alle attività di marketing relazionale e comunicazione a distanza.
- 1985 *Mercurio Misura*, tramite la controllata *Tele Emme*, organizza l'operazione “**Estate Barilla**” per questa società. E' la prima volta che 10.000 negozianti di tutta Italia vengono trattati con metodi di Marketing Telefonico, per risolvere i problemi del riassortimento estivo nelle zone a forte sviluppo turistico. Per questa iniziativa viene insignita del premio per il **Miglior Progetto di Direct Marketing del 1985**.
- 1986 Relazione di Ugo Clima al Centro di Documentazione Economica dei giornalisti, di Roma, sul tema “**Telemarketing, nuovo approccio allo sviluppo dell'economia**”.
- 1990 Convegno **Orogemma Vicenza**, Ugo Clima presenta la relazione “*Dovete essere cacciatori, non pescatori*”.



A Fiuggi, al convegno sulla Pubblica Amministrazione organizzata dall'associazione fra società di consulenza ASSCO, Ugo Clima presenta il caso di consulenza, realizzato da *Mercurio Misura* per la **“Creazione della funzione marketing alla Centrale del Latte di Milano”**.

- 1991 Per il Marketing Club dell'Università di Parma, Ugo Clima interviene sul tema **“Il Brand Manager e la sua Formazione”**.
- 1993 Per conto del Centro Studi e Ricerche **Cegos**, Ugo Clima coordina due giornate di studio dal titolo **“Cold Call, Telefonate a Freddo per Incrementare le Vendite”**.
- 1994 Nella sede Confindustria di Roma, Ugo Clima tiene a tutti i Dirigenti della **Direzione Regionale** di Roma della **SIP**, una conferenza sul tema “Qualità totale”.
- Ancora per **SIP**, *Mercurio Misura* organizza e coordina, a **Bari, Mestre, Roma, Bologna, Torino e Milano**, i convegni **“Numero Verde: Comunicazione Interattiva e Sviluppo del Business”**, rivolti ad imprenditori e manager.
- 1996 **Università di Parma**, Facoltà di Marketing: Ugo Clima tiene una lezione sul tema **“Dal marketing all'orientamento al cliente”**.
- 1997 **Amsterdam**. Al convegno internazionale **“Call Center Solution”**, *Mercurio Misura* è l'unica società italiana di consulenza a presentare una relazione sulle applicazioni Call Center / Contact Center in Italia.
- 2001 Stefano Clima, secondogenito di Ugo, entra nella direzione operativa delle attività di Marketing Relazionale.
- 2002 *Mercurio Misura* organizza una serie di seminari manageriali di formazione sul **“C.R.M. Customer Relationship Management”** strategia aziendale per migliorare la gestione del portafoglio clienti.
- 2004 Stefano Clima diventa Direttore Generale di *Mercurio Misura*.
Con **Ratiopharm** viene lanciata la prima sperimentazione di vendita diretta al telefono nel canale farmacia.
- 2005 Con **Eli Lilly**, cliente dal 1966, *Mercurio Misura* realizza un importante **progetto di formazione** diretto a tutta la funzione marketing e informazione scientifica del farmaco, sulla psicologia della relazione interpersonale. Il “metodo” *Mercurio Misura* permette alla rete vendita **Lilly** di applicare per anni le tecniche elaborate nell'intervento formativo.
- 2007 *Mercurio Misura* inizia la collaborazione con le riviste **Largo Consumo** e **DM&C**, con articoli concernenti la formazione del personale, il marketing relazionale e i processi di comunicazione d'impresa.
- 2008 Entra a regime l'operazione **“Fidelizzazione Farmacie”**, che consiste nel proporre a tutte le farmacie italiane l'intero listino di specialità etiche di **AstraZeneca**.
- 2010 Per il lancio di **Iressa**, farmaco a target molecolare per oncologia polmonare, viene messo a punto il sistema EGFR, che gestisce telematicamente tutti i processi che vanno dalla diagnosi alla terapia antitumorale.



Nasce il “**Servizio Pharmatel**”, per la gestione delle relazioni dirette con le farmacie clienti del gruppo *Dicofarm - AgPharma* di Roma.

- 2012** Partnership con la società *ArtNetWorth* per la diffusione del sigillo anticontraffazione **Digitag**. Stefano Clima ed Edoardo Didero presentano a Monza il lancio del logo “*Made in Brianza*” sigillo creato dalla Camera di Commercio di Monza e Brianza per la tutela e la promozione dei prodotti tipici della zona.
- 2013** Viene affidata a *Mercurio Misura* la gestione completa del **Servizio Clienti Vorwerk Folletto**: 30.000 chiamate/mese.
- 2014** Viene affidata a *Mercurio Misura* la gestione completa del **Customer Care di AstraZeneca Italia**: relazione con grossisti, ospedali e farmacie.
Realizzazione del progetto di formazione delle strutture di booking di *Grandi Navi Veloci* e *SNAV*. Piano di formazione commerciale per il **Gruppo MSC** (*GNV, SNAV, MSC Cruises*).
- 2015** Viene affidata a *Mercurio Misura* la gestione completa del Customer Care di *Contempora Bimby*.
Partnership strategica con *WeChat Italia*, azienda controllata dal colosso cinese *Tencent Holdings Ltd.*, per supportarne il lancio in Italia dei servizi di comunicazione integrata per dispositivi portatili già in uso da oltre 600 milioni di utenti cinesi.
Progetto Cina. Partecipazione alla prima fiera dedicata all’import per imprese cinesi presso Yiwu (*China Yiwu Imported commodities Fair*, dal 4 al 7 giugno 2015) per introdurre prodotti enogastronomici della tradizione regionale italiana nel mercato cinese.
- 2016** Tutto il Team di collaboratori di *Mercurio Misura* viene assunto a tempo indeterminato.
Inizio collaborazione con *Teva Farmaceutici* sul canale farmacie.
Mercurio Misura lancia il primo caso di CRM nella vendita di immobili, con la società **Abitare In**.
- 2017** Prima sperimentazione di vendita a distanza di **prodotti alimentari** in farmacia.
Prima sperimentazione di vendita a distanza di prodotti nel canale **Profumeria**.
Il progetto immobiliare con **Abitare In** si amplia e si estende anche alla società **BlueStone**.
Inizia l’alleanza con *Marketing & Telematica* (oggi **MeTMi**), società specializzata nel geomarketing e nel CRM analitico.
- 2018** Inizia la collaborazione con **Cisalpina**, con un progetto di sviluppo organizzativo della funzione commerciale. Oltre 300 collaboratori partecipano a iniziative di formazione comportamentale e di “Job Enrichment”.
- 2019** Inizia la collaborazione con lo storico gruppo **Civis**, leader nel settore sicurezza e sorveglianza armata, con un intervento di sviluppo organizzativo della funzione commerciale e vendite.

 Ugo Clima,
Presidente Mercurio Misura