

**AUTOPROMOTEC 2019: SE NON SEI SOCIAL, NON ESISTI. LO STUDIO DI ASCONAUTO**

Dal 22 al 26 maggio Bologna ha ospitato Autopromotec 2019, manifestazione internazionale biennale sulle attrezzature e l'aftermarket automobilistico. Durante la 28esima edizione gli specialisti hanno dialogato in uno spazio dedicato alla formazione, informazione e confronto.

**Autopromotec 2019: il rapporto tra officina e cliente si sviluppa in rete**

Il Workshop: Conoscere meglio il mercato per poterci esprimere da leader, a cura di MotorK e della Consulta dei Service Manager con la partecipazione di AsConAuto, ha offerto una concreta visione sulle tecniche innovative. A discuterne, Umberto Seletto, animatore della Consulta dei Service Manager (Fare cultura di settore per una sana competizione) e i Keynotes Marco Marlia, amministratore delegato e co-fondatore di MotorK (L'uso di Internet nell'aftermarket IV edizione) e Fabrizio Guidi, presidente di AsConAuto (Che cosa intende AsConAuto per cultura di settore).

Lo studio su formazione e informazione mette a disposizione strumenti strategici per competere con successo nel mercato della distribuzione ricambi. MotorK ha contattato un migliaio di soggetti per conoscere meglio il mercato. E le risposte degli operatori rivelano che il sito internet viene oggi prevalentemente utilizzato come strumento attivo nella promozione e relazione con il cliente soltanto tra gli operatori più grandi.

Facebook, il numero uno dei social network

Quasi il 100% delle officine con oltre 20 dipendenti ha un proprio portale, contro il 46% delle aziende unipersonali. Stando ai dati presentati, il rapporto col cliente è coltivato soprattutto attraverso Whatsapp (77%) e una nuova sfida di business si disputa sui social, in particolare su Facebook (49%).

Il futuro ha osservato nell'incontro organizzato ad Autopromotec 2019 Fabrizio Guidi, presidente di AsConAuto-Associazione Consorzi Concessionari Auto sarà ancora più complicato con alcuni progetti che vanno solo nella direzione di togliere marginalità al post-vendita dei Concessionari: ma la marginalità che dà il service è essenziale per la rete dei Concessionari, così come il controllo gestione e la fidelizzazione clienti.

SaveShare on Tumblr

[ AUTOPROMOTEC 2019: SE NON SEI SOCIAL, NON ESISTI. LO STUDIO DI ASCONAUTO ]