

Questo sito utilizza cookie tecnici e, previo tuo consenso, cookie di profilazione, di terze parti, a scopi pubblicitari e per migliorare servizi ed esperienza dei lettori. Per maggiori informazioni o negare il consenso, leggi l'informativa estesa. Se decidi di continuare la navigazione o chiudendo questo banner, invece, presti il consenso all'uso di tutti i cookie. [Ok](#) [Informativa estesa](#)

CANALI ANSA > Ambiente ANSA Viaggiart Legalità&Scuola Lifestyle Mare Motori Salute Scienza Terra&Gusto

Seguici su:

Motori

NEWS FOTO VIDEO TROVA LISTINI I PROTAGONISTI

Fai la ricerca Vai a ANSA.it

Industria Prove e Novità Eco Mobilità Componenti & Tech Sicurezza Norme e Istituzioni Attualità Guida agli Acquisti Due Ruote **Sotto la Lente**

ANSA.it > Motori > Sotto la Lente > **Auto: clienti chiedono assistenza post-vendita digitale**



Auto: clienti chiedono assistenza post-vendita digitale

Studio Quintegia a Service Day- Guidi: Fondamentale per futuro

Redazione ANSA 08 NOVEMBRE 2019 16:31

ULTIME DI PRIMOPIANO

Sotto la Lente **Auto: clienti chiedono assistenza post-vendita digitale**



Fabrizio Guidi, presidente AsConAuto - RIPRODUZIONE RISERVATA

CLICCA PER INGRANDIRE +

Eco Mobilità **Diesel 9.000 cc più elettrico, Scania è Sustainable Truck**



Prove e Novità **Da BMW versione speciale CS della sportiva M2**



Eco Mobilità **PSA, da Milano sfida a smart city e mobilità sostenibile**



Prove e Novità **C5 Aircross, Citroen alza il velo sulla versione hybrid**



Annunci PPN

Promo online Vodafone
Ricevi un buono spesa fino a 100€, passa a Fibr!Solo online
Attiva subito!

Scopri Conto Mediolanum
Puoi avere un Buono Regalo da 150€ e altro...Aprilo ora!
Messaggio pubblicitario

TIM SUPER FIBRA
30€/mese tutto incluso. Cosa aspetti? Passa a TIM.
Attiva l'offerta!

Accessibile, comoda, conveniente e trasparente, ma soprattutto digitale. La immaginano così gli automobilisti italiani l'officina del futuro, a cui chiedono prenotazioni online, servizi di qualità, chiarezza nelle informazioni e flessibilità oraria. È quanto emerge dal Service Customer Study, l'indagine condotta da Quintegia su un campione di oltre 1.600 clienti italiani e presentata oggi al Service Day di Brescia (Brixia Forum, 8-9 novembre). Secondo la ricerca, che vede 9 consumatori 10 ritenere utile la possibilità di prenotare online, oltre a una maggiore flessibilità sugli orari e l'apertura nel weekend (70%) è particolarmente apprezzato il servizio pick-up&delivery casa/lavoro (65%), formule di abbonamento al km per la manutenzione dell'auto nuova (65%) e possibilità di finanziamento (60%). Buono anche l'interesse per servizi ancora più innovativi, come la condivisione dei dati di utilizzo delle auto (50%) e la realizzazione dell'intervento direttamente a domicilio (45%), mentre è altissima la percentuale di gradimento (80%) per forme digitali di condivisione delle valutazioni degli utenti.

Aspettative che non trovano però ancora riscontro con lo stato dell'arte: le prenotazioni online, ad esempio, sono attivate oggi solo dal 22% delle officine, e la quasi totalità dei clienti prende ancora appuntamento secondo le modalità tradizionali, al telefono o di persona. Anche nella fase preliminare, è circa il 35% la percentuale degli automobilisti che fanno ricerche online, un dato in diminuzione rispetto a qualche anno fa e su cui pesa molto l'esperienza precedente caratterizzata spesso dall'assenza di informazioni chiave sul web. Tra quelli attivi online, 1 su 2 indaga i costi dell'intervento, mentre sono quasi 4 su 10 quelli che cercano informazioni sull'officina di riferimento.

Tra i servizi aggiuntivi già presenti, più della metà dei riparatori garantiscono la presa e consegna della vettura, offerta dal 69% (e nei piani di implementazione per l'8%), l'auto sostitutiva (53%) e il servizio rapido (51%), mentre sono circa un terzo quelli che già si impegnano nel ricontatto proattivo dei clienti, nel lavaggio dell'auto e nella specializzazione ibrido/elettrico.

Il mercato del post-vendita in Italia vale oltre 30 miliardi di euro e conta circa 35 mila aziende tra riparatori, carrozzerie e gommisti, in più di 7 casi su 10 affiliate a network per il reperimento di informazioni tecniche, formazione, ricambi e attività di marketing. Fabrizio Guidi, presidente di [AsConAuto](#), sottolinea che "Il Service Day risponde al bisogno di tutta la nostra filiera di capire che cosa stia avvenendo nel mondo del post-vendita per essere in grado di stabilire la direzione da prendere in modo da affrontare con successo le sfide del futuro".

RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright ANSA



Suggestisci Scrivi alla redazione Stampa

TI POTREBBERO INTERESSARE ANCHE:



Nessuna lingua sarà più "straniera", grazie a questa brillante innovazione giapponese
[MUAMA Enence](#)



Conto a zero spese. Prelievi in Italia e all'estero, carta di credito e bonifici illimitati.
Scopri [illimity bank](#)
[illimitybank.com](#)



Con Ore Free di Enel Energia scegli in base ai tuoi piani, quando avere tre...
[Scopri ora.](#)



Scontro in galleria, un morto e 2 feriti - Cronaca



T-Roc da 21.900 euro. Con Active Info Display. Scopri di più
[Volkswagen](#)



Uccisa e in pasto a maiali: Ris in casa



Avresti mai pensato che le nostre scelte potessero cambiare il mondo?
[Coop](#)



Il governo può pagare gli italiani per passare agli impianti solari
[The Eco Experts](#)



Nullatenente possiede 212 automobili - Cronaca