

MOTORI



Diesel 9.000 cc più elettrico, Scania è Sustainable...



Diesel 9.000 cc più elettrico, Scania è Sustainable...



Da BMW versione speciale CS della sportiva M2



COMMENTI



STAMPA



DIMENSIONE TESTO



MOTORI

HOME > MOTORI > AUTO: CLIENTI CHIEDONO ASSISTENZA POST-VENDITA DIGITALE

Auto: clienti chiedono assistenza post-vendita digitale

08 Novembre 2019



Auto: clienti chiedono assistenza post-vendita digitale - © ANSA



1 / 7



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



IL GIORNALE DI SICILIA

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 addizionali 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".



Ecco l'apparecchio acustico
che sta cambiando le vite
degli over 50

© Riproduzione riservata



SCARICA GRATUITAMENTE
LA PRIMA PAGINA

GDS *News*

I PIÙ LETTI

OGGI



Scomparsa un mese fa, vede a "Chi l'ha visto?" il disegno della figlia e si fa viva



Seggiolino anti abbandono: dure le sanzioni, ma slittano



L'oroscopo di oggi, giovedì 7 novembre, segno per segno



Fortè, verso la cessione dei 90 punti vendita: nuovi spiragli per i lavoratori



L'oroscopo di oggi, venerdì 8 novembre, segno per segno

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER
DEL GIORNALE DI SICILIA.