

DEALERLINK PUNTO IT

IDEE PER COGLIERE IL FUTURO

Home

Servizi ad hoc

Attualità

Case Auto

Faccia a faccia

Video

Contatti

Cerca



Ti trovi in:

[Home](#) » [Attualità](#)

Service Day 2019: come sarà il futuro del post vendita?

di Marco Castelli | 8 November 2019

L'equazione perfetta? **Team + talento**, per arrivare al successo. E in un contesto della mobilità completamente rinnovato, occorre rimodulare il **post vendita** per trasformarsi *da semplici riparatori di automobili a veri e propri interlocutori di fiducia per i clienti*. Sono concetti forti e chiari quelli emersi oggi nel corso della giornata inaugurale di **Service Day 2019**, l'evento sull'after-sales organizzato da **Quintegia** in collaborazione con [AsConAuto](#).



La **seconda edizione del Service Day**, in programma oggi e domani **Brixia Forum di Brescia**, si è aperta con numeri importanti: *oltre 3.600 iscritti e oltre 40 sponsor, con, in aggiunta, un ricco programma di workshop e la partecipazione di numerose Case costruttrici (Kia, Jaguar Land Rover, Volvo, Mercedes, il Gruppo Volkswagen, il Gruppo FCA e Ford).*

Approfondisci: [quanto pesa il comparto after-sales in Italia?](#)

SERVICE DAY 2019: POST VENDITA AL CENTRO DELLA SCENA

Il post vendita è un settore chiave per il mondo dei **concessionari** e, in generale, per l'universo automotive. Dopo anni, oggi questa consapevolezza sembra finalmente essere matura. *"Il Service è finalmente protagonista: qui è presente l'élite delle oltre 37.000 aziende che fanno parte della filiera del post vendita"* ha spiegato **Fabrizio Guidi**, presidente di [AsConAuto](#), durante il workshop d'apertura, che ha visto anche gli interventi di **Leonardo Buzzavo**, presidente di Quintegia, di **Mario Isola**, head of F1 and Car Racing **Pirelli**, e del talent scout e volto televisivo **Rudy Zerbi**.

La situazione italiana dell'after-sales è particolare. *"Nel nostro Paese i costi della mano d'opera sono*

> ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

Nome

Cognome

Email

Ho letto l'informativa sulla [privacy](#) e acconsento al trattamento dei dati personali ai sensi di le

[Registrali](#)

> PARTNERS

> SFOGLIABILE



> ANTICRISI DAY

inferiori del 30% rispetto al resto dell'Europa. E la rete ufficiale e quella indipendente non sono governate dalle stesse regole: entrambe, infatti, hanno gli stessi diritti, ma la prima ha maggiori obblighi" ha aggiunto Guidi. Non a caso, in Italia buona parte dell'attività (il 75%) è rappresentata proprio dagli indipendenti.

QUALE FUTURO?

"Crediamo che il nuovo futuro del post vendita nasca da una sempre più forte collaborazione tra le Case e le reti ufficiali, con un lavoro, in particolare, su formazione e competenze e, soprattutto, sui ricambi originali" ha concluso Guidi. L'ambito che vede impegnata da tempo sul campo [AsConAuto](#). La rete indipendente, ovviamente, continuerà ad avere un ruolo importante: anche a loro si rivolge "la proposta di un **Network AsConAuto riservato agli Autoriparatori Affiliati**" annunciato da Guidi, e un'altra iniziativa dell'associazione, la creazione "della nuova **App A-Service**, dedicata esclusivamente agli autoriparatori della rete, che propone con immediatezza tanti vantaggi a portata di smartphone".



Inoltre, come ha osservato **Luca Montagner**, Senior Advisor di Quintegia, "il domani del post vendita sarà legato alla qualità dei servizi erogati al cliente". Un cliente che pone sempre più un aspetto al centro dell'attenzione: la fiducia.

Leggi anche: [come era andata l'edizione 2018 dell'evento](#)

FIDUCIA: UN ASPETTO CHIAVE

Nel suo intervento, Buzzavo ha presentato alcuni dei principali risultati del **Service Customer Study**, uno studio condotto da Quintegia su un campione di oltre 1.600 clienti italiani per comprendere le loro abitudini nel post vendita. Da questa indagine, emerge che il criterio principale di scelta dell'officina (per oltre il 50% del panel) è la **fiducia nei confronti dell'officina stessa**, seguita dalla distanza (15-20%), dal servizio migliore (10-20%) e dal prezzo, indicato solamente dal 10% degli intervistati.

Inoltre, secondo la survey, il 90% dei consumatori considera utile la possibilità di **prenotare gli interventi on-line**. Oltre a una maggiore flessibilità sugli orari e l'apertura nel weekend (70%), sono particolarmente apprezzato il servizio pick-up&delivery casa/lavoro (65%), formule di abbonamento al km per la manutenzione dell'auto nuova (65%) e la possibilità di finanziare il pagamento degli interventi in officina (60%). Buono anche l'interesse per servizi ancora più innovativi, come la condivisione dei dati di utilizzo delle auto attraverso la **scatola nera** (50%) e la realizzazione dell'intervento direttamente a domicilio (45%), mentre è molto alta la percentuale di gradimento (80%) per la **condivisione digitale delle valutazioni degli utenti**.



Autenticità, passione,
riflessione, azione.

Il cammino di una community
dell'automotive.

ANTICRISI DAY



www.anticrisiday.it

> CONCESSIONARI E NOLEGGIO

"Oggi è fondamentale proiettare nel tempo la relazione con il cliente. In questo senso, team e talento sono indispensabili per creare la fiducia che il cliente cerca" ha spiegato Buzzavo. La rimodulazione del **Service** comporta, ha concluso Buzzavo, "uno spostamento del focus dall'aggiustare la vettura a diventare veri e propri interlocutori di fiducia".

Leggi anche: [Service Manager, una nuova figura in concessionaria](#)

SERVICESTAT: VINCE VOLVO

Durante la giornata inaugurale del Service Day 2019 è stato anche assegnato il premio per la **ServiceStat**, nuova indagine di Quintegia che misura *la soddisfazione delle concessionarie e delle officine autorizzate nei confronti dell'attività di post-vendita promossa dalle Case*: il riconoscimento è andato a **Volvo**, davanti a **Mercedes** e **Smart**. Nella top 5 anche **Toyota** e **Audi**.

Tag: [Asconauto](#) [Eventi](#) [Quintegia](#)

commenti 



SCRIVI UN COMMENTO

La tua casella di posta non verrà pubblicata.

Nome *

Email *

Sito web

DealerLink.it - Tutti i diritti sono riservati.

Via Selvanesco, 75 - 20142 Milano • redazione@sumopublishing.it • [Cookie policy](#)