

Eventi

Service Day 2019

# Fattore SERVICE

È quello che hanno gli operatori del post vendita che venerdì 8 e sabato 9 novembre hanno affollato i padiglioni del Brixia Forum di Brescia. Obiettivo: scoprire come sta cambiando il settore e individuare le armi da sfoderare in un prossimo futuro. Qui vi raccontiamo alcuni dei contenuti dei workshop che hanno visto alternarsi sul palco esperti dal mondo accademico e industriale, e operatori che hanno proposto le loro best practice. Tante dritte per ogni officina

di Tiziana Altieri

## L'ELITE DELL'AUTORIPARAZIONE

Il futuro del service è nel team e nei talenti', questo il titolo del convegno di apertura di Service Day, evento voluto da **AsConAuto**, associazione che da sempre promuove l'utilizzo dei ricambi originali e l'autoriparazione di qualità, e organizzato da Quintegia. Il primo a prendere la parola è stato **Fabrizio Guidi**, presidente di **AsConAuto**. "La seconda edizione di Service Day - ha detto - si presenta

ancora più ricca con più aziende sponsor, oltre 40 in tutto, e più workshop. Qui dove il service è protagonista si è data appuntamento l'élite delle 37mila aziende italiane che si occupano di autoriparazione".

Guidi ha quindi descritto la realtà **AsConAuto**. "Fortemente voluta dai dealer italiani che hanno fatto squadra dimostrando talento". Il presidente si è poi soffermato sui

concetti di competenza - quella che possiedono gli affiliati alla rete, imprescindibile per guardare con ottimismo al domani - e qualità, "garantita dall'utilizzo di ricambi originali che vedono in **AsConAuto** il canale ideale per il loro acquisto".

È stata quindi la volta di **Leonardo Buzzavo**, presidente di Quintegia. "Se siete qui - ha sottolineato - è perché volete proiettarvi nel domani. Ebbene sappiate che il capitale più importante che avete a disposizione è la fiducia: è

attraverso di essa che si può trasformare un cliente in un cliente a vita". Il numero uno di Quintegia ha offerto anche qualche 'dritta' alle officine per migliorare le proprie performance. "Le autorizzate dovrebbero essere più flessibili nell'andare incontro alle esigenze dei clienti e dovrebbero migliorare il rapporto qualità-prezzo. Per quanto riguarda le indipendenti, invece, la strada è quella di offrire più servizi aggiuntivi. L'invito è di spostare il focus: non più o non solo autoriparatori ma partner per la mobilità".

L'incontro è stato chiuso da **Mario Isola**, Head of F1 e Car Racing Pirelli, che ha posto l'accento sull'importanza del lavoro di squadra per conseguire ottimi risultati nelle sfide più difficili e **Rudy Zerbi**, conduttore televisivo e radiofonico. "Voi operatori del service - ha commentato - avete una grande possibilità: l'ascolto. Ascoltare il cliente e le sue esigenze vuol dire guadagnare vantaggio rispetto alla concorrenza".



# Reti&Service Reti&Service Reti&

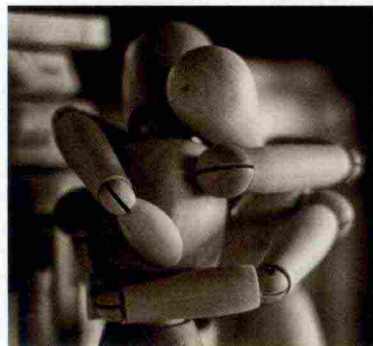


## TENETELI STRETTI

Come trovare i collaboratori giusti e come riuscire a tenerli in azienda lo hanno spiegato **Fabrizio Gerli**, Direttore Cà Foscari Competency Centre, e **Antonio Benvenuti**, Ceo di Future Drive, società di consulenza. Il primo è tornato sui concetti già espressi in occasione di Dealer Day. *"Non abbiate fretta, un inserimento sbagliato comporta una serie di costi e prestate molta attenzione alla 'candidate experience'. Bisogna fare branding non solo dei prodotti/servizi offerti ma anche di noi come potenziali datori di lavoro interessanti per attrarre le migliori risorse. Infine, per individuare la persona giusta sondate le competenze trasversali utilizzando la tecnica predittiva che si basa sul fatto che il miglior indicatore del comportamento futuro è il nostro comportamento passato"*.

Antonio Benvenuti si è soffermato sulle figure oggi decisive nelle aziende che si occupano di service e su come non lasciarsele scappare. *"Abbiate un approccio strategico alla gestione delle risorse umane. Create un'immagine aziendale coerente con l'identità di impresa e ben distinta da quella dei competitor, attraverso la quale attrarre e fidelizzare talenti. Ricordate che ci sono figure chiave per le concessionarie e il service che stanno cambiando pelle. L'accettatore, per esempio, è sempre più un commerciale mentre quello del service manager è diventato un ruolo commerciale e manageriale, dovete esserne consapevoli quando effettuate una ricerca"*.

E visto che queste figure scarseggiano una volta nella squadra sappiate valorizzarle per non perderle. Come? *"Non solo con strumenti tangibili - benefit e riconoscimenti economici - ma anche con quelli intangibili - formazione, partecipazione, gestione delle responsabilità - che aumentano il valore del contratto psicologico"*.



## GALATEO IN OFFICINA

Formatore di **AsConAuto** Academy, **Giampiero Luví** dà solo *"strumenti da mettere in pratica quando si torna in officina"*. Dove il primo errore da non commettere *"è pensare che quello che va bene per un cliente va bene anche per un altro"*.

Ci sono però delle regole generali. A partire dall'accoglienza: meglio un appuntamento telefonico o di persona (*"al web ci arriveremo"*), da confermare con una proposta di mobilità (*"Vuole il veicolo di cortesia?"*, *"Sì"*, *"Sono 25 euro + iva"*).

Bisogna poi accordarsi sui lavori da svolgere, indicando la tempistica e anche eventuali extra ma necessari (*"irrita"*

*tornare per un intervento che poteva essere previsto, e poi 30 euro in più oggi sono preferibili a un danno da 300 domani"*).

Permettergli di esprimersi con parole sue, sorvolando sulla spia che si è appena accesa quando il tester dirà invece che sono già passate due settimane, e rispondere senza esagerare con i termini tecnici (*"a volte è più facile spiegare con una foto o un video"*). Controllare bene il veicolo prima di restituirlo (*"se il cliente trova un cacciavite sul tappetino siete fregati anche se siete bravissimi"*), trovare il tempo per una telefonata qualche giorno dopo (*"tutto a posto?"*), chiedere di mettervi un *"like"*. Infine, Luví ricorda che il lavoro degli autoriparatori è quello di *"consigliare il cliente. Voi non siete visti come quelli che gli venderanno qualcosa ma quelli che manterranno in funzione il mezzo"*.



Service Reti & Service Reti & Service

Eventi

## SCUOLA E LAVORO A BRACCETTO

Dal banco di scuola a quello da lavoro: la formazione rimane un tema centrale per il service, alle prese con una crescente difficoltà nel reperire risorse specializzate. Si stima che nei prossimi anni a causa anche del ricambio generazionale all'appello mancheranno almeno 5mila meccatronici. Sicuramente il settore ha le sue responsabilità, avendo fatto poco per modificare l'appetibilità del mestiere, che oggi richiede ben più cervello che muscoli, ma è soprattutto l'offerta formativa a essere carente e, fatto ancor più grave, non uniforme a livello territoriale essendo demandata alle Regioni.

A Brescia se ne è parlato nell'ambito di 'Nuove leve in officina' con due case history che potrebbero fare scuola nel resto della Penisola: quello dell'Ente Scaligera Formazione Verona raccontato da **Maria Luisa Bonizzi** e quello della fondazione ITS Last Academy spiegato da **Amira Lakovic**.

*"Ci occupiamo - ha detto Bonizzi - di formazione professionale, dopo la terza media e post diploma per adulti e lavoratori del settore. Proponiamo un processo formativo integrato che ha il suo successo nella collaborazione attiva tra formatori e aziende. Stiamo sperimentando anche l'apprendistato*

*formativo, già ampiamente diffuso in Germania, molto apprezzato dalle aziende perché consente loro di avere 500 ore a disposizione per formare i ragazzi, conoscerli, crescerli". È invece un Istituto Tecnico Superiore nato per rispondere alle esigenze delle imprese del territorio Last Academy, anch'esso con sede a*

Verona. *"Il nostro punto di forza - ha evidenziato Amira Lakovic, - è lo stretto contatto con il mondo del lavoro, dal quale proviene l'80 per cento dei docenti. L'obiettivo è trasferire le competenze lavorative tramite docenze".* Che ITS funzioni lo dicono non solo i numeri - oltre il 90 per cento degli studenti



## POCO MA BENE

**Giorgio Soffiato**, di Quintegia Academy, ha illustrato la sua visione di marketing digitale per incrementare il lavoro in officina suddividendo l'attività in sei differenti canali:



ottimizzazione del sito web aziendale, inserimento online di contenuti interessanti e non autoreferenziali, creazione di un database della clientela dettagliato per pianificare al meglio i lavori, generazione di traffico attraverso i social con templates e gestione integrata dei contenuti (per esempio tra Facebook e Instagram). E ancora: avere coscienza della visibilità del proprio sito web (cambia rapidamente) e lavorare sempre per migliorarne il posizionamento, quindi delegare eventuali azioni promozionali e pubblicitarie a personale con preparazione specifica. Il consiglio più grande: in questo ambito fate poco, ma fatelo bene.

Reti&Service Reti&Service Reti&S

Eventi

## I QUATTRO MOTORI DEL SUCCESSO

“Chiedetevi se il lavoro vi sta rendendo liberi o schiavi. Fate quello che i vostri clienti non fanno, fuggite da Aziendatraz!”. Finale in crescendo con **Fabrizio Cotza**, mentore di Imprenditori Sovversivi, che ha avviato con i carrozzieri in sala i 4 motori del successo: “Pianificazione, Efficienza, Innovazione, Strategia”. La Pianificazione è “la parte più noiosa del lavoro”, ma è anche quella che mette in moto il circolo virtuoso attraverso la ricerca e lo sviluppo (“chi prima arriva più raccoglie”), il controllo di gestione (“li guardate i numeri?”), il marketing, le visite commerciali (“mai pensare tanto quando hanno bisogno mi chiamano”), la formazione (“siete qui, bravi, eravate qui anche ieri che era giorno di consegna? Bravissimi”), il coinvolgimento dei collaboratori. Il secondo motore è l’Efficienza, ovvero: selezione e delega (“fare selezioni quando è urgente vuol dire andare al casinò e puntare sul rosso o sul nero”, e “delegare è concedere al tuo responsabile di decidere, non far finta, non metterlo solo sulla carta”), cultura aziendale, organizzazione interna, lotta agli sprechi, relax creativo. Un aspetto, quest’ultimo, che a volte accende il terzo motore, l’Innovazione (“le migliori idee, mi dicono, si hanno fuori dall’azienda. Ma innovare non vuol dire rivoluzionare, basta differenziarsi in un dettaglio”). Alla fine, è questione di Strategia (“attenti a dove vi posizionate, se una cosa costa molto l’aspettativa del cliente è alta, e quel cliente l’avete creato voi”). Stringi stringi, “quello che conta non è il fatturato ma gli utili, cioè quello che vi rimane in tasca”.

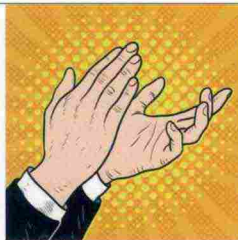


arriva al diploma con un contratto di lavoro in tasca - e gli studenti come **Alessandro Venturi**, oggi addetto al servizio qualità e ambiente presso l’officina Arduini & Nerboldi di Verona, all’interno della concessionaria Man Eurodiesel che ha raccontato a Service Day la sua esperienza. “La nostra officina - ha aggiunto Giuseppe Perrotta della Eurodiesel - ha deciso di sposare il

progetto Smart 4.0 con ITS per migliorare le pratiche di manutenzione dei mezzi di trasporto, ottimizzarne i costi di gestione e ridurre l’impatto ambientale. Siamo convinti che la strada vincente sia quella di sviluppare percorsi formativi partecipando attivamente con i docenti alla stesura delle esigenze della categoria. Dobbiamo contribuire alla formazione di figure che sono essenziali per le nostre aziende”.

## COMPLIMENTI!

“Chi lo ha detto che un gadget vale più di una ‘buona parola’? Sicuramente non **Emanuele Maria Sacchi**, performance trainer, che nel suo seguitissimo intervento a Brescia si è focalizzato sulle tecniche di fidelizzazione da applicare anche nel mondo del service. “La felicità - ha sottolineato - dipende dagli strokes - parola inglese che in italiano possiamo tradurre con gratificazioni/critiche - positivi o negativi che riceviamo. Ricordate che è fondamentale che siano sinceri per creare fiducia reciproca”. Primo consiglio: siate portatori sani di complimenti sinceri. “Apprezzare qualcosa o qualcuno e non dirlo - ha aggiunto - è come incartare un regalo e non consegnarlo. Se il vostro cliente ha un veicolo con un po’ di anni alle spalle ma ben tenuta fateglielo sapere, lo conquisterete”. Secondo: no all’indifferenza, è la peggiore nemica dei rapporti umani. “Vi chiedono uno sconto? Non trasmettete la sensazione di trattare tutti allo stesso modo, fate sentire il vostro interlocutore unico. Posso fare dal 5 al 10 per cento, a lei farò il 10!”.



Service Reti & Service Reti & Service