



NADA Show 2026: delegazione italiana a Las Vegas



Dall'intelligenza artificiale nei processi di vendita alla rivoluzione dei servizi post-vendita: ecco come cambierà la concessionaria italiana secondo i trend americani

NADA Show 2026 – Mentre i padiglioni del Convention Center di Las Vegas ospitano l'edizione 2026 del NADA Show (3-6 febbraio), l'attenzione della filiera distributiva automobilistica italiana è rivolta oltreoceano. La kermesse della National Automobile Dealers Association si conferma il baricentro mondiale per il retail automotive, catalizzando quest'anno la presenza di una nutrita delegazione italiana composta da top manager, concessionari e consulenti di settore.

Il ruolo dei “Friends of NADA” e delle delegazioni tricolore

A guidare la presenza italiana nel Nevada sono gruppi storici come i Friends of NADA, capitanati da figure di riferimento del settore, insieme a rappresentanti di Quintegia e delegazioni di AsConAuto. Per i dealer italiani, il NADA Show non è solo una fiera, ma un laboratorio di apprendimento: l'obiettivo è importare modelli di business pronti a sfidare le incertezze del mercato europeo, portando in Italia le migliori pratiche su digitalizzazione e gestione della clientela.

I pilastri del 2026: AI e Customer Experience

Le news che arrivano stamattina dai workshop di Las Vegas parlano chiaro: il 2026 è l'anno dell'integrazione definitiva dell'Intelligenza Artificiale Generativa nei processi di vendita. Non più solo chatbot, ma sistemi in grado di prevedere le necessità di manutenzione delle flotte (B2B) e di personalizzare l'offerta commerciale in tempo reale. I dealer americani stanno mostrando ai colleghi italiani come trasformare il reparto assistenza nel vero polmone finanziario della concessionaria, puntando su una logistica dei ricambi ultra-efficiente e su servizi di mobilità on-demand.

Dagli USA all'Italia: cosa aspettarsi al ritorno

La delegazione italiana rientrerà con un bagaglio di strategie focalizzate sulla redditività del service e sulla trasformazione dei venditori in consulenti di mobilità. In un mercato nazionale che ha appena registrato un gennaio positivo (+6,2%), l'adozione di questi strumenti tecnologici “visti a Las Vegas”



sarà fondamentale per gestire la transizione verso l'elettrico e l'ibrido, migliorando la trasparenza e la velocità di risposta verso un cliente finale sempre più esigente e informato.

Redazione Fleetime

Fonte NADA SHOW

Condividi:

Mi piace: