

Service Day dal 16 novembre a Brescia Il Post-Vendita incontra il proprio futuro

Il nuovo evento nato dalla collaborazione tra Quintegia e **AsCo-nAuto**, Service Day, è dedicato agli operatori del Post-Vendita (a Brescia, dal 16 al 18 novembre). Sarà l'occasione per analizzare i cambiamenti che interessano il settore auto e che si riflettono in particolare proprio sul mercato After Sales, che in Italia ha un valore complessivo di circa 30 miliardi di euro e impiega decine di migliaia di professionisti. Fabrizio Guidi, presidente di **AsCo-nAuto**: "La qualità del servizio deve tornare al centro delle priorità dell'intera filiera". (Alle pagine 14 e 15)

9/2018 **Interauto News**

Il Pirelli conferma la tendenza al ribasso: difficile prevedere il corso di settembre

Dacia (Daimler Group): "L'obiettivo rimane per l'India del 100 per cento"

Ilordio, cinese, il mercato gli Usa, Fiat Josep Fiala, poi, oggetti del mondo Fca

Service Day dal 16 novembre a Brescia: il Post-Vendita incontra il proprio futuro

InterautoNews.it
interautonews.blogspot.it

AFTERMARKET

Service Day, esplorando il futuro del Post-Vendita negli scenari aperti dalla produzione della Toyota

Service Day 2019: qual'ora è il momento di sapere

AFTERMARKET

Dacia (AsCo-nAuto): "Prevedere la qualità significa garantire sicurezza al cliente in futuro Service"

Esplorando il futuro del Post-Vendita

Service Day, esplorando il futuro del Post-Vendita negli scenari aperti dalla rivoluzione della mobilità

Tutto è pronto per Service Day, il nuovo evento di Quintegia e **AsConAuto** dedicato agli operatori della filiera del Post Vendita, che si terrà a Brescia dal 16 al 18 novembre. L'idea di dare vita a questa iniziativa nasce dall'esigenza di rispondere ai profondi cambiamenti che stanno interessando il settore automotive e in particolare il mercato After Sales, che in Italia ha un valore complessivo di circa 30 miliardi di euro e dà lavoro a decine di migliaia di professionisti.

L'evoluzione tecnologica, che si declina in elettrificazione, connettività e guida autonoma, e la necessità di trovare nuove modalità di rapportarsi con un consumatore più evoluto, sono solo alcuni dei driver che stanno profondamente cambiando i connotati di un settore sempre più aperto e recettivo agli stimoli esterni. Basti pensare al contatto diretto che l'auto connessa crea tra il veicolo e l'assistenza, accorciando significativamente i passaggi che portano la vettura in officina, oppure alle conseguenze che l'elettrico ha sul mondo della riparazione, richiedendo importanti investimenti per attrezzature all'avanguardia e per l'acquisizione di nuove competenze.

In particolare, l'Italia presenta un'ulteriore complessità relativa al fatto che la maggior parte del mercato del Post Vendita resta nelle mani degli operatori indipendenti, che continuano ad essere molto frammentati: sono oltre 35.000 aziende (tra riparatori, carrozzerie e gommisti), spesso di piccole dimensioni (in media poco più di 3 addetti produttivi), di cui però oltre il 70% aderisce a network per avere l'accesso privilegiato a informazioni tecniche, formazione, ricambi e attività di marketing. Per certi versi la competizione tra autoriz-

zati e indipendenti è destinata ad accentuarsi, spinta da una parte dalla concorrenza su vetture recenti e dall'altra dall'interesse delle Case ad allungare la fidelizzazione del cliente.

Tuttavia, ci sono significativi esempi di collaborazione, come testimonia l'attività di **AsConAuto**, e in generale dei consorzi per la distribuzione dei ricambi originali, che mette in luce la possibilità di creare relazioni di business tra concessionarie e operatori indipendenti, per offrire ai clienti un servizio di qualità sempre più elevata, migliorando la professionalità di tutti i soggetti.

Attualmente la quota di mercato delle officine indipendenti nell'ambito della manutenzione e riparazione è superiore al 70% e nel breve periodo potrebbe crescere ulteriormente, mentre in un orizzonte temporale più lungo (2025) è probabile che le officine autorizzate e i Concessionari recuperino un po' di terreno, soprattutto per effetto dell'evoluzione tecnologica di cui si è detto inizialmente.

Non si può nemmeno trascurare l'impatto su questo business del digitale, con lo sviluppo negli ultimi anni di diversi e-commerce b2b (verso gli autoriparatori) e b2c (verso i clienti) e varie piattaforme digitali per fare incontrare domanda e offerta.

Anche l'automobilista sta cambiando e mai come oggi il Service si trova ad un bivio tra passato e futuro. Da una survey condotta da ICDP nei principali mercati europei, emerge che i fattori che determinano la scelta del riparatore restano affidabilità, fiducia e vicinanza. Cresce però l'interesse verso servizi innovativi come le app con i dati live, il meccanico a domicilio, il riparatore temporaneo, il servizio rapido o l'auto che prenota da sola l'intervento, grazie allo sviluppo

sempre più pervasivo della telematica all'interno delle vetture.

Service Day ha l'obiettivo quindi di portare l'attenzione sul nuovo mondo dell'autoriparazione, ufficiale e indipendente, creando un momento di incontro che diventi il punto di riferimento per innovare il Service, elevando gli standard di efficienza ed efficacia degli operatori e conseguentemente la loro redditività. L'evento si rivolge in particolare a: officine autorizzate e indipendenti, carrozzerie, concessionarie, Case auto e aziende della filiera. Il format ricalca quello di Automotive Dealer Day, con un programma fatto di contenuti mirati e un'Area Business in cui conoscere aziende e servizi.

Il giorno di apertura, venerdì 16 novembre, sarà dedicato a meeting riservati e su invito, mentre il programma si articolerà principalmente nelle giornate di sabato 17 e domenica 18. Il calendario prevede sessioni parallele indirizzate a diversi target (Concessionari piuttosto che operatori di officine indipendenti), durante le quali esperti e professionisti del settore affronteranno temi attuali e di interesse per tutta la filiera After Sales. Guardando in prospettiva, si parlerà da una parte dell'evoluzione del mercato e dell'impatto della tecnologia sul Service, e dall'altra della digitalizzazione del Service in termini di marketing e di gestione del cliente, con un focus particolare su siti Internet e social media che verranno valorizzati come strumenti imprescindibili e facilmente gestibili per poter avvalersi di una vetrina online. Mettendo a fuoco, invece, aspetti di carattere operativo e gestionale, ci saranno sessioni dedicate a best practice presentate da Concessionari e riparatori, all'analisi del conto economico e delle performance nelle officine, alla gestione e valorizzazione dei dati del cliente, senza dimenticare idee e strumenti per coordinare e motivare le risorse umane.

Service Day 2018 quello che c'è da sapere

Quando

16-17-18 novembre 2018

Dove

Brixia Forum - Polo Espositivo
Via Caprera 5
25125 Brescia

A chi si rivolge

Service Day è rivolto a tutta la filiera dei riparatori e agli specialisti per la cura e la manutenzione dell'auto: officine autorizate, officine indipendenti, carrozzerie, Concessionari, Case Auto, aziende della filiera.

Quote di partecipazione
Operatori del Service affiliati ad un consorzio **AsConAuto** euro 50,00 + Iva (contattare il proprio referente **AsConAuto** per scoprire come partecipare).

Operatori del Service NON affiliati a un consorzio **AsConAuto**

euro 100,00 + Iva (iscrizione dal sito serviceday.it).

Altri (Case auto e aziende della filiera) euro 395,00 + Iva (iscrizione dal sito serviceday.it).

Sito internet

www.serviceday.it

Hashtag

#SDAY18

Per ulteriori informazioni

Quintegia s.r.l.
T +39 0422 262997
E info@quintegia.it

Ogni accredito è strettamente nominale e dà diritto all'accesso all'evento a una persona. La quota di partecipazione comprende l'accesso alle giornate di evento, mentre non include i costi di pernottamento e quanto non indicato.

AFTERMARKET

Guidi (AsConAuto): "Difendere la qualità significa garantire sicurezza al cliente e un futuro al Service"

Fabrizio Guidi, presidente di AsConAuto: in che modo guardate al Service Day?

"Con Quintegia abbiamo ritenuto che i tempi fossero maturi per un evento incentrato su questo comparto del business. Dal nostro punto di vista può essere un momento di incontro strategico per consolidare il rapporto tra una parte del mondo dei Concessionari e delle Reti di distribuzione ricambi e quella parte degli autoriparatori più disponibile a essere formata. Al centro di tutto, oggi più che mai, ci deve essere la qualità del servizio. Prendiamo le riparazioni: per il cliente, scegliere la qualità - ricambi originali, manodopera qualificata - significa garantirsi sicurezza, per l'automobile e per se stesso. Quindi, a sua volta, deve essere informato del motivo per cui un preventivo per un lavoro di qualità è più alto di quello che si è fatto da sé, a casa, navigando in Internet. Aggiungo che formazione e aggiornamento delle attrezzature sono i costi più alti che si hanno oggi sul Service, ma su qualità del lavoro e sicurezza non si specula".

Si batterà molto su questo punto.

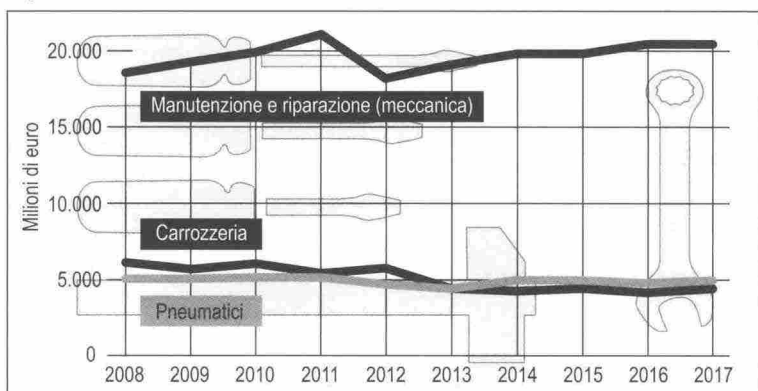
"Formazione, qualità, rispetto, tutela, definizione degli spazi: i temi sono questi. Sembra un controsenso, al tempo in cui tutti fanno tutto, in cui c'è sovrapposizione continua ed esasperata dei ruoli; ma

puntare sul know-how, sulla specializzazione, e quindi sulla qualità, è un modo per fare la differenza. Il paradosso è che sono concetti antichi, ma di questi tempi è necessario ri-venderli, magari con una veste nuova".

Il settore del Service è in salute, anche se tra elettrico e guida autonoma le previsioni sul futuro non sono rosee.

"Recentemente abbiamo avuto modo di parlare con alcuni colleghi cinesi: per l'elettrica prevedono che nel 2030 coprirà il 14% del loro mercato. In Cina, dove si fanno auto elettriche per tutti... Certo, quando sarà il momento, il lavoro cambierà per tutti, dai Concessionari ai riparatori, e lo stesso accadrà con la guida autonoma. Ma se guardo all'Italia, con un parco circolante molto vecchio, con tempi lunghi per l'introduzione a pieno regime dell'elettrico, dico che ci vuole ancora qualche anno prima che questa evoluzione condizioni il mercato dell'autoriparazione".

Il post-vendita in Italia dal 2008



Fonte: ICDP, Quintegia, Aci - Osservatorio Autopromotec. Nota: dati riferiti alle sole autovetture

BAROMETRO AFTERMARKET ANFIA - 1° SEMESTRE 2018

Famiglie prodotto	Diff. % fatturato 6 mesi 2018 su 6 mesi 2017
Carrozzeria e abitacolo	+14,4
Elettrici ed elettronici	+7,5
Componenti motore	-5,5
Componenti undercar	-0,8
Materiali di consumo	+6,2
Totale	+2,3

Fonte: Anfia

NUMERO DEI RIPARATORI - NEI MERCATI EUROPEI (TOP 5)

	Punti assistenza Dealer			Riparatori autorizzati			Riparatori indipendenti*		
	2015	2015	Diff. %	2015	2015	Diff. %	2015	2015	Diff. %
Francia	4.300	4.600	-6,5	8.500	8.700	-2,3	17.500	18.630	-6,1
Germania	7.900	8.900	-11,2	8.500	8.100	4,9	74.500	26.500	181,1
Italia	2.750	3.050	-9,8	5.350	5.865	-8,8	25.000	28.000	-10,7
Spagna	2.300	2.350	-2,1	2.200	2.100	4,8	26.000	28.500	-8,8
Regno Unito	4.050	4.150	-2,4	1.000	800	25,0	16.500	16.200	1,9

Fonte: ICDP. Nota: * includono gommisti e fast fit

Tra i relatori ci saranno i Service Manager di diverse concessionarie, tra cui Audi Zentrum Alessandria, Fratelli Giacomel e Trivellato, così come i titolari di officine, come Autonova Milano e Autofficina Autronica, e di carrozzerie, tra cui Autosicura, nell'ottica di creare un evento in cui il confronto diretto tra operatori dello stesso settore permetta lo scambio di best practice e promuova la ricerca condivisa di nuove soluzioni. Importante sarà anche la partecipazione di diverse Case auto che, oltre a essere presenti in Area Business, durante i workshop avranno anche modo di presentare le iniziative implementate per le rispettive Reti. Non mancheranno gli interventi da parte

degli organizzatori dell'evento, Quintegia con il presidente Leonardo Buzzavo e con Luca Montagner, Partner e Senior Advisor, e AsConAuto con, tra gli altri, il Presidente Fabrizio Guidi, che focalizzerà l'attenzione sull'importanza del ricambio originale come colonna portante del nuovo modo di intendere l'autoriparazione. Infine, tra i keynote speaker dell'evento ci saranno Sebastiano Zanolli, navigato speaker e scrittore ispirazionale, e Dan Peterson, storico allenatore di pallacanestro, giornalista e telecronista sportivo, nonché esperto di temi legati alla motivazione. L'Area Business di Service Day sarà operativa nelle giornate di sabato 17 e domenica 18 novembre, dando vita a un luogo di in-

contro per creare nuovi contatti e confrontarsi sugli spunti emersi nel corso delle sessioni. Le aziende sponsor dell'evento saranno presenti con uno stand in cui faranno conoscere soluzioni e strumenti innovativi utili per migliorare il business della riparazione, ma soprattutto creeranno spazi di networking e scambio di esperienze tra i partecipanti. Service Day si propone come il nuovo punto di aggregazione della filiera del Post Vendita in Italia, in cui gli operatori possono assorbire contenuti, stimoli e idee necessari per intraprendere un percorso di crescita e aggiornamento professionale ed essere quindi pronti ad entrare nella riparazione del futuro.