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 2018: l'evoluzione del post vendita al centro della scena

di Marco Castelli | 18 novembre 2018

Nell'affascinante cornice fieristica del **Brixia Forum** di **Brescia**, si è svolto *sabato 17 e domenica 18 novembre* **Service Day 2018**, prima edizione dell'evento sul post vendita organizzato da **Quintegia** e AsConAuto.

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

Nome
Cognome
Email

Ho letto l'informativa sulla privacy e acconsento al trattamento dei dati personali ai sensi di le

Registrati

PARTNERS

SFOGLIABILE

Codice abbonamento: 122943

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Grande affluenza di addetti ai lavori (**riparatori**, **concessionari**, **Case auto** e **aziende della filiera**) per una manifestazione mutuata da **Automotive Dealer Day (scopri come è andata l'ultima edizione)**, che però ha messo al centro della scena il mondo della riparazione (*officine, carrozzerie e gommisti*).

Approfondisci: scopri perchè il post vendita sta diventando strategico nel business dei concessionari

SERVICE DAY 2018: L'IMPORTANZA DEL POST VENDITA

Un mondo molto importante perchè, come ha sottolineato **Fabrizio Guidi**, presidente di AsConAuto, aprendo il Service Day 2018 *"impiega 35mila aziende tra riparatori indipendenti e autorizzati. Ed è fondamentale mettere a confronto questi due attori"*.

Anche perchè il post vendita sta vivendo un momento di grande evoluzione. *"Le previsioni ci dicono che nel 2028 il 70% delle auto di nuova immatricolazione sarà ad alimentazione elettrica o ibrida e le flotte assumeranno un'importanza sempre maggiore"* ha spiegato Guidi. In questo contesto, la valorizzazione del **ricambio originale**, da sempre mission primaria per AsConAuto, *"sarà sempre più cruciale per la sicurezza degli automobilisti"*. Di sicuro, *"è tempo di grandi sinergie"*, perchè *"il futuro si vince insieme"*.

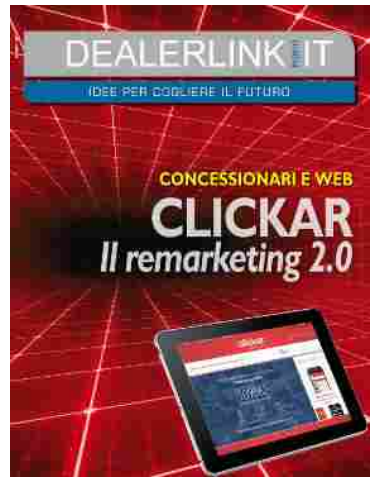
PAROLA D'ORDINE: RICALIBRARE IL SERVICE

Questo cambiamento impone la necessità di ricalibrare il service, come ha sottolineato il presidente di Quintegia, **Leonardo Buzzavo**. *"Il ruolo centrale del prodotto viene sostituito da quello del servizio, che i clienti apprezzano e che, quindi, porta risultati economici ben precisi"*.

*"La forza del **service*** – ha aggiunto Buzzavo – *sta nel fatto che, differentemente dalla vendita, si tratta di un settore nel quale non si deve acquisire ogni volta il cliente. In compenso, però, il post vendita vive di una sorta di 'conversazione' costante con il cliente stesso"*. Se si comprende questo aspetto, *"diventa una grande opportunità di business"*. Per stare al passo con i tempi, occorre prima di tutto *"effettuare una vera e propria 'diagnosi' del cliente, per capire chi ci sta di fronte, e promuovere sempre di più il marketing nel service"*. La strada ormai è tracciata.

I TREND DEL POST VENDITA

L'occasione di Service Day 2018 è stata propizia per approfondire quali sono i **trend del post vendita**.



ANTICRISI DAY

CONCESSIONARI E NOLEGGIO

LEASYS
FCA BANK GROUP

Codice abbonamento: 122943

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

"Certamente, in futuro la connettività, la guida autonoma, le nuove motorizzazioni delle auto e l'ampiezza dell'offerta caratterizzeranno il settore" ha spiegato **Marc Aguettaz**, managing director di Gipa.

Per quanto riguarda invece il presente, il parco circolante *"non è mai stato così vecchio come adesso, dato che 14 milioni di vetture circolanti in Italia hanno oltre 10 anni di età. Per questo il peso dei veicoli vetusti sul totale degli ingressi in officina è cresciuto parecchio. In generale, dal 2011 al 2017 abbiamo assistito alla diminuzione del numero medio di interventi nelle officine e del numero di circuiti frequentati"*.

La crisi, certamente, ha influito molto, così come sta influendo parecchio sul business la forza del web (*prima di riparare la vettura il cliente si informa su internet*). In un contesto come questo, i riparatori devono diventare sempre più multitasking e saper presentare un'offerta a 360 gradi (**manutenzione meccanica, interventi di carrozzeria**, **cambio gomme**) per fidelizzare i clienti.

Leggi anche: scopri quali sono le regole per fidelizzare il cliente

IL RUOLO DEI COSTRUTTORI

L'interesse dei Costruttori per il post vendita è sempre più elevato, come dimostra l'ampia presenza delle **Case auto** all'interno dell'**area Business di Service Day 2018.** Uno dei momenti clou della mattinata di sabato è stata infatti la consegna del *premio nazionale per la Comunicazione post vendita 2018*, assegnato a **Ford**.

Tag: Eventi Post vendita

commenti

Share

SCRIVI UN COMMENTO

La tua casella di posta non verrà pubblicata.

Nome *

Email *

Sito web

scrivi

DealerLink.it - Tutti i diritti sono riservati.
Via Selvanesco, 75 - 20142 Milano • redazione@sumopublishing.it • Cookie policy

Codice abbonamento: 122943

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.