

DEALERLINK PUNTO IT

IDEE PER COGLIERE IL FUTURO

[Home](#) [Servizi ad hoc](#) [Attualità](#) [Case Auto](#) [Faccia a faccia](#) [Video](#) [Contatti](#) Ti trovi in: [Home](#) » [Analisi](#) »

## I nuovi trend del post vendita: l'indagine di Quintegia al Service Day

di Vincenzo Bonanno | 19 novembre 2018

Dopo sei anni, il mercato del **post vendita auto** torna ad attestarsi sopra la soglia dei 30 miliardi di euro, pronto a confrontarsi con un'autentica rivoluzione, nei servizi e nella tecnologia, sempre più alle prese con **veicoli elettrici**, **connessi** e a **guida autonoma**.



Nel settore auto, inoltre, il mondo del service sta cambiando e anche gli italiani guardano con interesse alle

### ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

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

[Registrati](#)

### PARTNERS



### SFOGLIABILE

nuove forme di assistenza, basate sulla comodità e la customizzazione del servizio.

Questi trend emergono dall'indagine **Quintegia Service Customer Study 2018**, condotta su un campione di 1.000 automobilisti italiani intervistati e presentata al **Service Day di Brescia**, l'evento organizzato dalla società trevigiana di analisi e ricerche nel settore automotive Quintegia e dall'associazione di categoria AsConAuto.

**Leggi anche: il bilancio della prima edizione del Service Day**

## IL SERVIZIO DI RITIRO E RICONSEGNA DELL'AUTO A DOMICILIO

Tra le novità di tendenza nel post vendita, cambiano i servizi al cliente, con 2/3 del campione che si dichiara interessato alle soluzioni **pick-up & delivery a domicilio**, cioè il ritiro e la riconsegna a domicilio dell'auto per il passaggio in officina. Una prestazione che incuriosisce anche i meno informati, con un ulteriore 30% che non ne esclude l'utilizzo.



Una comodità, aggiunta al risparmio di tempo, che può valere non più di 30 euro per quasi la metà del campione intervistato, mentre il 28% non è disposto a pagare di più.

## COME CAMBIA IL POST VENDITA

Secondo l'indagine di **Quintegia** illustrata al Service Day, è buono il feeling anche per altre forme innovative, come la realizzazione dell'intervento direttamente a **domicilio** o al lavoro (specie per i clienti di auto premium) e le nuove formule di **abbonamento** per la **manutenzione** al chilometro, soprattutto per user di auto con cicli di vita brevi.



Infine, feedback molto positivi anche per la **trasmissione dei dati** delle vetture in **remoto**, con il 90% dei possessori di nuovi **veicoli connessi** che non esclude di poter condividere a distanza le informazioni. Il ricorso al **digitale** (il 90% dichiara tra l'altro di voler prenotare online gli interventi) vale anche nella fase di ricerca del fornitore, con i clienti del post vendita che vanno a caccia di informazioni online prima di andare in officina (una quota che supera il 50% per la fascia giovane).

"Si va sempre più verso i servizi di assistenza a valore aggiunto. Dall'utilizzo della **telematica** per accorciare i tempi di assistenza, alla diffusione di **auto elettriche**, connesse e a guida autonoma, il cambiamento dell'after-sales va di pari passo con l'evoluzione tecnologica delle vetture. Un impegno anche dal punto di vista finanziario ma allo stesso tempo un'opportunità per gli operatori del settore", afferma Luca Montagner, partner e senior advisor Quintegia.

## LO STATO DEL POST VENDITA IN ITALIA

In Italia si contano oltre 35 mila aziende tra **riparatori**, **carrozzerie** e **gommisti**, in 7 casi su 10 affiliate a network per il reperimento di informazioni tecniche, formazione, ricambi e attività di marketing. La quota di mercato delle **officine indipendenti** sul totale valore del comparto, invece, supera il 70%.



### > ANTICRISI DAY

Autenticità, passione,  
riflessione, azione.

Il cammino di una community  
dell'automotive.

ANTICRISI DAY



[www.anticrisiday.it](http://www.anticrisiday.it)

### > CONCESSIONARI E NOLEGGIO

**LEASYS**  
FCA BANK GROUP

La storica competizione tra indipendenti e autorizzati è destinata a mutare, a fronte della concorrenza sulle vetture recenti e dell'interesse delle **case automobilistiche** ad allungare la **fidelizzazione** del cliente.

Tag: [Post vendita](#) [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](mailto:redazione@sumopublishing.it) • [Cookie policy](#)