



CONDIVIDI



27 MAGGIO 2019 DEALER

HOME > DEALER

Post vendita e digitale: 1 officina su 3 non ha ancora il sito web

di [Marco Castelli](#)

Una survey di MotorK testimonia che c'è ancora molto da fare per sviluppare il binomio tra post vendita e internet. Le officine devono prendere ancora dimestichezza con il web, anche se certamente il futuro andrà nella direzione del digitale.

Un'officina italiana su tre non ha ancora il **sito web**: è il dato più eclatante, e anche per certi versi il più sorprendente, che emerge dalla recente **survey di MotorK**, azienda specializzata nel digital automotive, sull'uso di **internet nel post vendita**.

Lo studio, realizzato con il supporto **AsConAuto** e della **Consulta dei Service Manager**, organismo di sviluppo professionale dei **Service Manager** promosso da **Anticrisi Day**, è stato presentato settimana scorsa a **Autopromotec 2019**,

Non perdeti le ultime novità
ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

Ho letto e accettato Termini e Condizioni

Your browser does not support JavaScript!. Please enable javascript in your browser in order to get form work properly.



evento internazionale dedicato al mondo dell'after-sales e andato in scena nei giorni scorsi a **Bologna**.



"Ci sono ancora spazi di miglioramento nell'uso di internet da parte di tutte le reti, e siamo convinti che il lavoro di survey guidato da MotorK con la collaborazione di **AsConAuto** serva proprio a prendere consapevolezza degli spazi da colmare" ha commentato **Umberto Seletto**, presidente di Anticrisi Day.

Approfondisci: come sarà il futuro del mercato auto? Ecco cosa pensano i concessionari

POST VENDITA SU INTERNET: C'E' ANCORA DA FARE

Effettivamente la survey su **post vendita e digitale**, condotta su un panel di circa 1.000 operatori del settore (tra cui *autofficine indipendenti, carrozzerie, gommisti, concessionarie*) testimonia che **il 30% delle officine italiane non ha ancora un sito web** (una percentuale, comunque, in calo rispetto alla precedente edizione di questo stesso studio) e addirittura **il 10% di loro ritiene che non sia utile aprirlo**. Di contro, il 70% delle aziende del post vendita ha un proprio sito, sviluppato internamente (18%), oppure con l'aiuto di un'azienda specializzata nel settore auto (18%) o di un'agenzia locale (17%).

Che ci sia ancora da lavorare sui **siti web** è ancora più chiaro, se si pensa che **il 30% degli intervistati non sa se il proprio sito sia responsive** o meno, e che meno di un sito su due (47%) è dotato di un form di richiesta informazioni. C'è però da fare una distinzione tra grandi e piccole aziende: quasi **il 100% delle officine con più di 20 dipendenti, infatti, ha un proprio sito**.

