

DEALERLINK PUNTO IT

IDEE PER COGLIERE IL FUTURO

[Home](#) [Servizi ad hoc](#) [Attualità](#) [Case Auto](#) [Faccia a faccia](#) [Video](#) [Contatti](#)

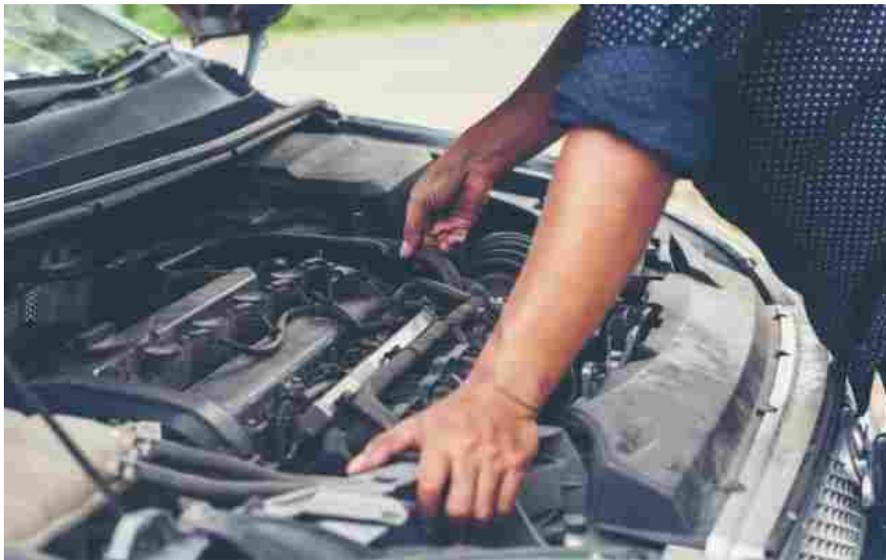
Ti trovi in:

[Home](#) » [Analisi](#)

Quanto pesa il post-vendita in Italia?

di Amalia Patrone | 2 August 2019

Storicamente in Italia l'incidenza della retribuzione complessiva dell'**aftersales** appariva bassa rispetto agli altri Paesi europei, ma può sorprendere invece come il **peso del post-vendita** sia assolutamente trasversale al resto d'Europa.



L'impressione di tale scarto dipende dal fatto che, a differenza degli altri Paesi, in Italia il **costo della manodopera** sia inferiore e che i volumi di **vendita del nuovo** e dell'**usato** siano, invece, maggiori.

IL PESO DEL POST-VENDITA SUL TOTALE DEI RICAVI DEI CONCESSIONARI

Analizzando il **settore degli autoriparatori**, Luca Montagner, partner di **Quintegia**, ci spiega secondo quali criteri la ripartizione del **fatturato dei concessionari** sia mediamente in linea con il resto d'Europa, mentre il **peso del post-vendita sui profitti** complessivi in Italia abbia un effettivo peso inferiore.

In questo approfondimento vedremo come diversi fattori vadano a incidere sui dati finali, a partire dai **volumi di vendita delle autovetture** su suolo nazionale, per arrivare al **ribasso dei costi di manodopera**.

FATTURATO DEI CONCESSIONARI

Abbiamo anticipato, appunto, come **settore dell'aftersales** abbia un peso sul fatturato dei **concessionari italiani** in linea con gli altri Paesi. Se in Italia il **settore della manutenzione** genera circa il **10% del fatturato complessivo dei dealer**, in Europa questo valore raggiunge circa il 13%.

> ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

Nome Cognome Email

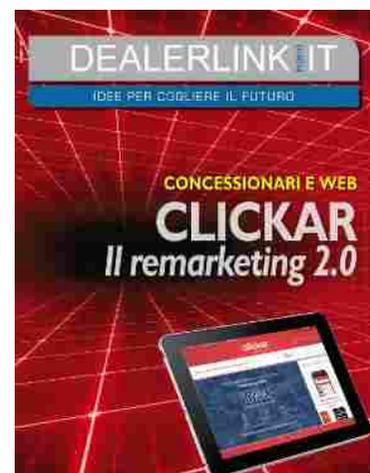
Ho letto l'informativa sulla [privacy](#) e acconsento al trattamento dei dati personali ai sensi di [legge](#)

[Registrati](#)

> PARTNERS



> SFOGLIABILE



> ANTICRISI DAY

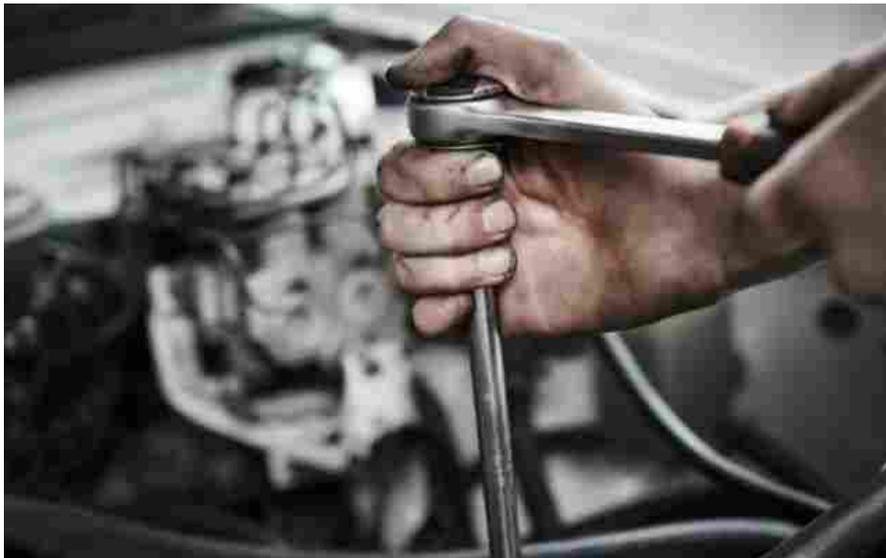
Approfondisci: come si è chiuso il settore del post-vendita nel I semestre 2019?

Tale 10% a sua volta deve essere ripartito in un **3%** imputabile ai **costi di manodopera**, nettamente inferiori a quelli europei, e il restante **7%** derivato dalla **vendita** (interna ed esterna) di **ricambi**.

Altro fattore determinante è la quantità di **volumi di vendita**, che per gli autoveicoli raggiunge livelli molto più alti rispetto agli altri Paesi. Il restante fatturato, infatti, è generato per il **70%** dalla **vendita di autovetture nuove** e il **20%** dall'**usato**.

POST-VENDITA RAPPORTATO AI PROFITTI

Se il rapporto sul fatturato è trasversale al resto dell'Europa, la vera differenza risiede nel **peso del post-vendita** sul totale dei profitti.



"In Italia un terzo dei profitti di un concessionario è legato al post-vendita", spiega Montagner, "In Europa questo valore supera il 40%, in Germania addirittura va oltre il 50%".

I fattori che determinano tale scarto sono molteplici, a partire dalla **fedeltà del cliente** alla **concessionaria**, che nel contesto tedesco è di gran lunga maggiore rispetto al nostro mercato. È da considerare anche il panorama italiano, che a differenza di molti Paesi europei, vede una presenza di indipendenti decisamente più alta.

Leggi anche: officine autorizzate e indipendenti, l'anomalia tutta italiana

Tali strutture presentano una configurazione molto più snella e di conseguenza possono offrire **prezzi più concorrenziali** rispetto alle **officine autorizzate**, che devono comunque allineare i prezzi al mercato interno.

"In contesti come quello tedesco, ad esempio, una prospettiva del genere è pressoché impossibile", afferma Luca Montagner, "proprio perché molte delle auto in circolazione non sono di proprietà del conducente bensì aziendali, data la detrazione totale delle imposte" (che per altro in Italia è ferma al 40%).

PROSPETTIVE PER IL FUTURO

Autenticità, passione,
riflessione, azione.

Il cammino di una community
dell'automotive.

ANTICRISI DAY



www.anticrisiday.it

> CONCESSIONARI E NOLEGGIO

Tante sfide attendono il settore del **post-vendita** e più in generale l'**automotive**, a partire dalle **opportunità del digitale**, al continuo interesse maturato nei confronti del **noleggio in concessionaria**.

Leggi anche: [se il futuro è digitale, perché il 30% delle officine non ha un sito web?](#)

Quel che è certo è come il **post-vendita** sia diventato un trend in crescita che, a parità di condizioni di vendita, ha maturato un costante interesse da parte dei **concessionari**.

"Ci si aspetta quindi un allineamento dei prezzi con il mercato europeo" prosegue Luca Montagner, "dal momento in cui le tariffe medie in Italia gravitano intorno ai 50/55 € all'ora netti, mentre in molti Paesi d'Europa si arriva a 80/100 €".

La situazione in Italia potrà cambiare radicalmente anche quando la struttura interna all'**officina** ricreerà quella di *"un'azienda nell'azienda"*: attualmente meno il **50%** del **personale della concessionaria** è dedicato al **post-vendita**, mentre in molti Paesi d'Europa questa percentuale supera il 60%.

Leggi anche: [chi è il Service Manager?](#)

"Sarà necessaria una costante formazione dei dipendenti", spiega Montagner, "nuovi tecnici e accettatori, le cui competenze possano rispondere ai nuovi criteri di mobilità, ma anche nuovi Manager per gestire una sorta di azienda interna alla concessionaria".

L'IMPATTO DELLA NUOVA MOBILITÀ SUL POST-VENDITA

Con la prospettiva di nuove forme di mobilità, che conseguenze ci saranno per il **post-vendita**? È un quesito abbastanza ricorrente, poiché si assiste ora più che mai a questi cambiamenti di scenario. **Auto elettriche** e **tecnologia** andranno seriamente a modificare il **settore dell'autoriparazione**, ma come?



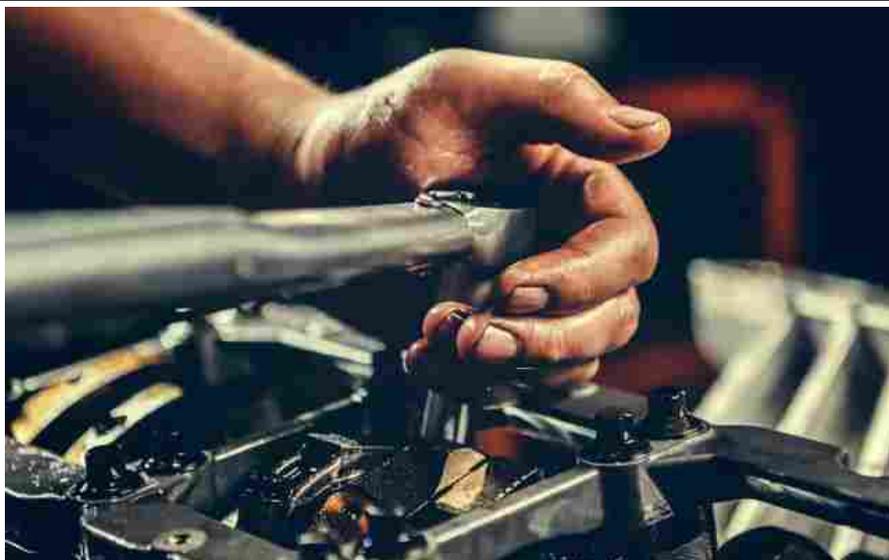
Per quanto riguarda la **mobilità elettrica**, potranno esservi conseguenze negative per il **post-vendita**, poiché gli **EV** necessitano di minori **interventi di manutenzione**: *"circa la metà, se non addirittura un terzo rispetto ai veicoli tradizionali"*, afferma Montagner. È anche vero che le prospettive di un **parco circolante totalmente elettrico** siano ancora ben distanti e che la presenza degli **EV** potrà forse essere definita impattante solo dopo il **2030**.

La crescita esponenziale delle **auto ibride**, invece, non comporta grandi cambiamenti nella **manutenzione**, poiché coinive con la **motorizzazione tradizionale**.

Il vero cambiamento, se così lo si può definire, è stato dettato piuttosto dalla abbassamento della cilindrata dei veicoli, che comporta una fisiologica **diminuzione dei costi di manutenzione**.

Leggi anche: [da meccanico a mecatronico, le officine sono pronte per la mobilità del futuro?](#)

Strumentazioni hi-tech, **adas** e **sistemi di infotainment** di ultima generazione avranno un impatto molto più immediato sul **settore del post-vendita**, poiché richiedono una certa preparazione che va ben oltre le competenze meccaniche. In quest'ottica tutti gli **operatori dell'after-sales**, autorizzati e indipendenti, dovranno investire in **corsi di formazione**, per approcciarsi in modo corretto a queste **tecnologie sofisticate**.



È naturale pensare però che, secondo questa prospettiva, le **reti autorizzate** possano permettersi di sostenere costi più alti per la formazione dei propri dipendenti e quindi reagire prontamente a questi cambiamenti.

Nell'immediato futuro, comunque, non si prospetta la fine degli **indipendenti**, nonostante venga da pensare che la sopravvivenza delle microrealità possa essere possibile solo nelle aree più periferiche.

SERVICE DAY 2019: L'APPUNTAMENTO IMPERDIBILE PER IL POST-VENDITA

L'8 e il 9 novembre torna il **Service Day**, la seconda edizione dell'evento di **Quintegia** ideato in collaborazione con **AsConAuto**, nato proprio per mettere in contatto tutte le realtà che operano all'interno del **settore del post-vendita**, per discutere dei cambiamenti in atto e delle possibilità che il futuro riserva a un settore così in espansione.

Scopri: com'è andata la prima edizione dell'evento di Quintegia

La **seconda edizione del Service Day** si focalizzerà principalmente sulle nuove frontiere dell'**aftersales** e sulle sfide che questo settore dovrà affrontare per stare al passo con le esigenze dei clienti.

L'evento, che avrà luogo a **Brescia**, tratterà anche diversi temi come la **gestione di officine e carrozzerie**, **strategie di marketing** e **cura del cliente**, attraverso un fitto programma di sessioni formative.

Tag: [dati di mercato](#) [Post vendita](#) [Quintegia](#)

[commenti](#) 



SCRIVI UN COMMENTO

La tua casella di posta non verrà pubblicata.