

EVENTI

TEMPO DI LETTURA
3 minuti

SERVICE DAY

No, non è ADD

C'è la firma di Quintegia sulla due giorni bresciana dedicata al post-vendita, ma non facciamo l'errore di considerarla un'appendice di Automotive Dealer Day

La formula è quella, collaudatissima, dell'evento veronese cucito sugli interessi comuni di concessionari, costruttori e aziende della filiera.

Service Day, invece, in programma l'8 e 9 novembre al Brixia Forum di Brescia, parla il linguaggio dell'autoriparatore, si rivolge espressamente al meccanico e al carrozziere, indipendente o autorizzato, e della concessionaria l'interlocutore non è il titolare ma l'addetto ai ricambi, così come della casa auto è il responsabile post vendita.

Service Day torna per la seconda edizione dopo un debutto da 2.500 partecipanti. "È l'appuntamento che non c'era", ha ricordato il presidente di **AsConAuto**, Fabrizio Guidi, che lo ha disegnato insieme a Quintegia. "È un contesto



unico nel panorama italiano dedicato a chi ha fatto della riparazione a regola d'arte il proprio business. È qualcosa di irrinunciabile per i meccanici, i carrozzieri e per tutti gli altri operatori della filiera, perché consente di aggiornarsi sull'attuale situazione e prepararsi alle sfide future. Che sono tantissime. Questo mondo", ha detto ancora Guidi, "si avvia a vivere una vera e propria rivoluzione con l'avanzata di nuove tecnologie e motorizzazioni".

Service Day è una vetrina di tutto ciò che può essere utile a chi lavora nell'assistenza; è una piazza in cui incontrarsi di persona e scambiare idee e contatti; è l'opportunità di approfondire tematiche strategiche quali Mercato post vendita, Gestione officina, Gestione clienti, Marketing nel service, Risorse umane, Gestione carrozzeria. Per saperne di più, www.serviceday.it.

I contenuti aggiornati di Service Day 2019

Mercato post vendita

- > Prospettive per il service alla luce dell'impatto di nuove tecnologie e formati
- > Cambiamenti nel comportamento degli automobilisti e come gestirli

Gestione officina

- > Casi di successo per gli operatori del post-vendita
- > Idee gestionali per aumentare la produttività e la redditività

Gestione clienti

- > Strumenti e strategie per anticipare le esigenze dei clienti
- > Differenziare servizi e processi per gestire i clienti in modo personalizzato

Marketing nel service

- > Trovare nuovi clienti e fidelizzarli attraverso gli strumenti online
- > Migliorare il sito web e la gestione di campagne social e lead

Risorse umane

- > Trovare e selezionare nuovi addetti
- > Incentivare e motivare i collaboratori

Gestione carrozzeria

- > Ottimizzare i servizi aggiuntivi per gestire clienti e assicurazioni
- > Pianificare e organizzare i processi per migliorare la performance