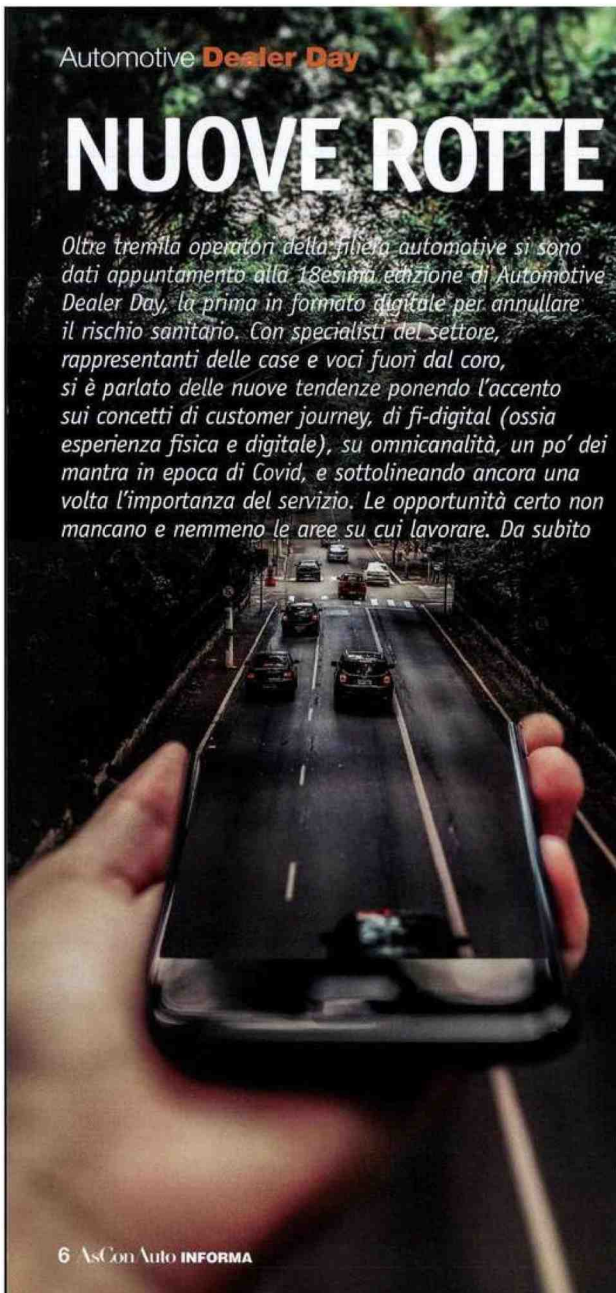


Automotive **Dealer Day**

NUOVE ROTTE

Oltre tremila operatori della filiera automotive si sono dati appuntamento alla 18esima edizione di Automotive Dealer Day, la prima in formato digitale per annullare il rischio sanitario. Con specialisti del settore, rappresentanti delle case e voci fuori dal coro, si è parlato delle nuove tendenze ponendo l'accento sui concetti di customer journey, di fi-digital (ossia esperienza fisica e digitale), su omnicanalità, un po' dei mantra in epoca di Covid, e sottolineando ancora una volta l'importanza del servizio. Le opportunità certo non mancano e nemmeno le aree su cui lavorare. Da subito



6 AsCon Auto **INFORMA**

Crescere con il service

Anche AsConAuto ha detto la sua a proposito di 'Service: scenari e strategie per il mercato e le reti'. Lo ha fatto attraverso la voce del suo presidente, **Fabrizio Guidi**, che ha sottolineato l'importanza che i consorzi rivestono per i dealer, consentendo loro una fitta collaborazione con la rete degli indipendenti sul territorio, a ogni livello: "Una collaborazione che è indispensabile per valorizzare il ricambio originale, a cui l'automobilista ha diritto, e per aumentare la professionalità della rete alla quale viene offerta anche formazione, per esempio, e con la quale si dialoga attraverso un'app dedicata, A-Service". Guidi ha poi annunciato che la terza edizione di Service Day in programma a Brescia a novembre non ci sarà: "È una manifestazione vincente, ma oggi in primo piano bisogna mettere la tutela della salute, cosa che abbiamo sempre fatto pur garantendo il servizio nell'emergenza". Un plauso ad AsConAuto per il suo impegno nella diffusione della cultura dell'autoriparazione è giunto da **Valerio Brenciaglia**, direttore Ford Service di Ford Italia: "L'obiettivo oggi - ha dichiarato - è passare dalla manutenzione programmata a quella basata sull'utilizzo reale della vettura, sfruttando la connettività delle vetture. Molto più semplice a dirsi che a farsi. I database sono complessi e bisogna imparare a gestire il cliente in modo nuovo affiancando alla brand experience fisica quella digitale". Sulla formazione è tornato anche **Udo Herbert**, direttore customer service di Mercedes-Benz Italia: "Il prodotto auto è sempre più complesso, e solo chi possiede competenze e i giusti strumenti può metterci mano. La Stella sta lavorando molto su questo fronte". Quale lo scenario italiano sul fronte della riparazione da qui ai prossimi anni? Ha provato a dipingerlo **Marc Aguettaz**, country manager GIPA Italia: "Stimiamo che la pandemia e i conseguenti lockdown porteranno a chiudere il 2020 con 46,3 milioni di ingressi in officina, il 12,5 per cento in meno rispetto all'anno precedente, ma già dal 2021 assisteremo a una crescita intorno all'8,7 per cento. Gli operatori dell'assistenza oggi possono contare sul parco più grande di sempre, quasi 33 milioni di vetture, un parco che continuerà a essere utilizzato visto che non tutti hanno accesso allo smart working, il lavoro non è la prima ragione d'uso della vettura (lo sono gli acquisti) e mai come oggi l'auto è ritenuta il mezzo più sicuro". A proposito di evoluzione delle motorizzazioni, Aguettaz ha ricordato come nel 2030 solo 17 vetture su 100 saranno ibride o elettriche.

Ottobre 2020