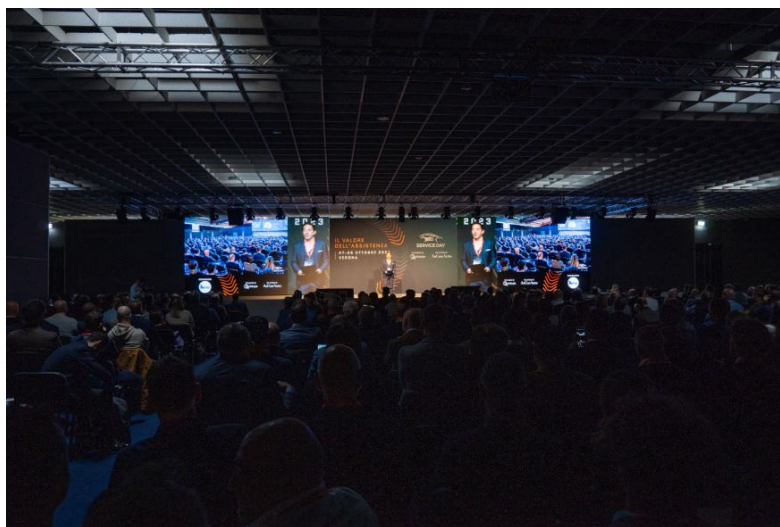




Automotive: oltre 3mila professionisti alla terza edizione del Service Day di Verona



Servizi

Imprenditori e manager del settore post vendita, si sono riuniti per condividere sfide e opportunità proposte da 35 aziende

Service Day, l'appuntamento organizzato da **Quintegia con l'idea di AsConAuto**, dedicato agli operatori del post vendita **automotive**, ha concluso la sua terza edizione registrando traguardi importanti in termini di presenze ma anche di contenuto.

In due giorni, 3.000 professionisti, tra cui imprenditori e manager del settore post vendita, si sono riuniti a **Verona** per condividere sfide e opportunità proposte da 35 aziende operanti in un **segmento che vale ben 32 miliardi di euro**.

Questo valore rappresenta la spesa complessiva degli **automobilisti italiani** per la **manutenzione** e le riparazioni delle proprie **vetture**, un settore che coinvolge oltre 42.000 operatori.

Investire nella formazione e nell'innovazione

I partecipanti all'evento hanno manifestato una crescente consapevolezza dell'importanza di adattare il proprio **business** di fronte ai cambiamenti significativi che stanno interessando il mondo **dell'automobile**. L'investimento in **formazione**, **digitalizzazione** e innovazione è diventato essenziale per rimanere competitivi.

Il punto di partenza di questa edizione è stato il passaggio dal tradizionale servizio di **riparazione** all'adozione del concetto di "valore dell'assistenza", dove il valore è definito da un approccio radicalmente diverso. Questo nuovo approccio pone l'accento sull'importanza dell'individuo, della conoscenza, dei processi, dei sistemi, degli indicatori e della personalizzazione del servizio.

Il futuro del settore del post vendita

Alessandro Dal Bon, Vice President Dealer & Industry Solutions e Membro del Consiglio di Amministrazione di Quintegia, ha commentato il successo dell'evento



affermando: “La terza edizione di **Service Day** ha messo in evidenza una profonda volontà da parte degli operatori del settore di acquisire gli strumenti necessari per affrontare il futuro. Il nostro sforzo, come organizzatori, è stato quello di creare un appuntamento che rappresenti il primo passo concreto per comprendere come orientare il proprio business, generare **redditività** e garantire la soddisfazione del cliente finale. Nei prossimi anni, l'applicazione di un sistema di conoscenze diventerà il principale strumento per puntare alla crescita in questo settore in continua evoluzione.”

Il Service Day si è rivelato un punto di riferimento essenziale per l'industria del post vendita automotive, dove gli **operatori** possono condividere esperienze e **strategie** per affrontare le sfide del futuro.

