



## Service Day 2023: a Verona focus sui servizi post-vendita



l'evento

Professionisti e imprenditori nel ramo dell'after-sales automotive si sono radunati a Verona, per discutere di criticità e sfide future relative ad un settore che in Italia vale 32 miliardi e occupa oltre 42 mila persone, in un evento organizzato da Quintegia da un'idea di AsConAuto

Il mutevole contesto nel quale lavorano gli operatori del settore dei **servizi post-vendita** in ambito automotive rappresenta contemporaneamente fonte di **sfide** e di grandi **opportunità** per professionisti ed imprenditori ad esso legati. Per discutere di strategie e tecnologie atte a mantenersi al passo con i tempi, in oltre 3.000 tra autoriparatori, carrozzieri e più in generale **fornitori di servizi** per automobilisti si sono ritrovati a VeronaFiere con una due giorni all'insegna di incontri, testimonianze e prospettive future relative a questo cruciale settore economico, che nel nostro Paese vale **oltre 32 miliardi di euro** e da lavoro a più di **42 mila persone**.  
spazio alla digitalizzazione

Tra i principali temi emersi nel corso della due giorni veronese figura la necessità di una maggiore integrazione di strumenti di **digitalizzazione** all'interno delle proprie operazioni, ritenuti fondamentali nell'accrescimento del proprio numero di clienti e della **fidelizzazione** di essi in un panorama sempre più attento alle logiche del digitale. Secondo le rilevazioni dei relatori esperti, ad esempio, al classico metodo di contatto per **via telefonica**, che fa comunque parte della routine quotidiana per la stragrande maggioranza degli operatori di settore, negli ultimi anni starebbero assumendo sempre maggiore peso, e soprattutto efficacia, le vie di **comunicazione** rappresentate dai **social media**. Una quota importante dei fornitori di servizi post-vendita automotive, stando alle dichiarazioni emerse nel corso dei talk che si sono susseguiti tra le due giornate, starebbe infatti ottenendo riscontri interessanti sfruttando le logiche social, e in particolar modo grazie a **WhatsApp**, sempre più utilizzato come strumento alternativo alla tradizionale telefonata per mantenere un contatto con i propri clienti, efficace sia per via della possibilità di sostenere conversazioni differite ma di immediato accesso, sia perché consente di condividere foto e video per operare nella massima **trasparenza**.  
la visione dei costruttori



Intervenuti nel corso dell'evento anche rappresentanti delle case automobilistiche, come **Volkswagen, Renault, Ford e Volvo**, interpellati in merito ai cambiamenti in atto relativamente al settore, con un occhio di riguardo rivolto verso l'universo dei ricambi originali e le future tecnologie di autodiagnostica a distanza. Tra le maggiori sfide poste all'attenzione dei presenti c'è **l'aumento dell'età media del parco circolante**, che rappresenta una criticità nel mercato dei ricambi originali in quanto, stando alle rilevazioni statistiche curate da Nomesis per AsConAuto, il **70%** dei possessori di vetture da più di 8 anni predilige, per ragioni economiche, l'impiego di **componenti non originali**, e più sale l'età dell'auto, più aumenta la propensione del consumatore a rivolgersi ad autoriparatori indipendenti anziché alle reti ufficiali. Tra le strategie messe in campo dalle case in materia figura, ad esempio, l'allestimento di **piattaforme ordini online** rivolte ad autoriparatori per l'acquisto di ricambi, nonché l'espressione della volontà di integrare maggiormente i **riparatori indipendenti** all'interno della rete di approvvigionamento di ricambi di pezzi originali. A ciò si aggiunge, nel caso di Renault, un'enfasi sulla lotta al commercio di **componentistica contraffatta**, o, per Ford, l'allestimento di strumenti di autodiagnosi a distanza per veicoli commerciali volti alla stesura di **strategie predittive di manutenzione**. Secondo Massimiliano Corbetta di Volkswagen Italia, infine, i veri cambiamenti nel settore si manifesteranno solo una volta completata la transizione verso una logica di **mobility as a service**, che prevede l'automobile non come bene di proprietà, ma come strumento di mobilità disponibile in **abbonamento**.

i brand partecipanti

Sono 35 i marchi presenti al Service Day 2023 per esporre le proprie soluzioni relative al post-vendita automotive, dalle **case automobilistiche** ai fornitori di prodotti per manutenzione o apparecchiature di collaudo, passando alle piattaforme di **servizi digitali** per l'industria o la gestione delle flotte e società di **noleggio** specializzate in vetture sostitutive. Non mancavano inoltre le presentazioni di prodotti, come l'esposizione del fluido di raffreddamento per componentistica di vetture elettriche da competizione **Castrol On**, impiegato sulle Jaguar di Formula E; presentato anche il nuovo maxi Suv 100% elettrico **Kia EV9**, con particolare enfasi sulla possibilità di impiegarla come fonte di energia per allestire un ufficio mobile, e anche dimostrazioni in tempo reale per l'applicazione di **pellicole da car wrapping**.

Gazzetta Motori è anche su Youtube! Iscriviti al canale.

le parole degli organizzatori

"La terza edizione di Service Day ha messo in evidenza una profonda volontà da parte degli operatori di avere strumenti necessari per affrontare il futuro - dichiara **Alessandro Dal Bon di Quintegia**, azienda curatrice dell'evento - Il nostro sforzo, come organizzatori, è stato proprio quello di creare un appuntamento che sia il primo passo concreto per capire come **orientare il proprio business**, generare redditività e produrre soddisfazione nei confronti del cliente finale. Applicare un sistema di **conoscenze**, nei prossimi anni, sarà il primo strumento per puntare alla **crescita**".

2 novembre - 12:42

© RIPRODUZIONE RISERVATA