



Service Day, il business della riparazione è destinato a crescere

La quarta edizione di Service Day si è conclusa con la conferma che il business della riparazione può incrementare ed evolvere tenendo conto degli investimenti e trasformazioni su risorse umane, formazione, sistemi di gestione, AI, innovazione, comunicazione mirati ad una customer experience completa, contemporanea ed efficiente.

Nel corso dell'appuntamento con

Quintegia

, organizzato da

AsConAuto, è stato approfondito il focus "Generazione Post vendita" con l'intervento di oltre 3.000 professionisti e operatori del settore che hanno preso parte alle 15 sessioni del Programma Contenuti, animate da più di 50 relatori ed esperti.

Nell'Area Business 48 realtà tra aziende e brand auto hanno proposto novità, progetti e strumenti in grado di supportare il cambiamento, affrontare nuovi modelli imprenditoriali e rinvigorire il comparto che, nella sua totalità, impiega 45.000 addetti all'attività di manutenzione e riparazione (incluso carrozzeria e pneumatici – stime 2023).

"È fondamentale oggi accelerare sul fronte del post vendita perché, come emerge dai nostri studi, le aspettative dei clienti stanno evolvendo insieme al loro approccio alla mobilità. I consumatori si aspettano sempre di più servizi personalizzati e soluzioni su misura, dimostrando anche una crescente disponibilità a condividere informazioni sull'utilizzo del veicolo, purché sia garantita la riservatezza. In parallelo, il settore stesso sta attraversando profonde trasformazioni, tra nuove motorizzazioni e modelli distributivi in evoluzione, che rendono il post vendita un pilastro strategico per la sostenibilità economica delle aziende. Investire in processi più fluidi e sostenibili, anticipando le esigenze dei clienti, non è solo una scelta competitiva, ma un'opportunità per rispondere alle sfide di un mercato complesso e dinamico" ha commentato

Tommaso Bortolomiol, CEO di Quintegia

.

"Sono convinto che gli imprenditori del settore sul territorio nazionale, che hanno alle spalle momenti critici vissuti negli ultimi 20 anni, abbiano trovato in questa edizione di Service Day un supporto che si traduce in una certezza: la possibilità di soddisfare il cliente e di cogliere le opportunità che il cambiamento impone. Creiamo servizi e abbiamo una expertise importante:

sono due elementi che ci posizionano in un ruolo da protagonisti, tra i tentennamenti delle vendite del nuovo e il fermento che sta vivendo l'usato, la nostra capacità di fare networking come AsConAuto, e la collaborazione con Quintegia trovano la realizzazione di un progetto destinato a crescere", ha dichiarato

Roberto Scarabel, Presidente di AsConAuto

.

Quintegia ha presentato i dati di Service Customer Study 2024 in merito alle attitudini, esigenze e preferenze nell'ambito dei

servizi post vendita dei clienti che si rivolgono a concessionari e riparatori

; e gli enormi margini di sviluppo del comparto attraverso le evidenze di "After- sales



Navigator - Presente e futuro del post vendita per le concessionarie” dove sono stati raccolte necessità, stimoli e linee guida che possono supportare gli operatori nel capire in quale perimetro di business muoversi e affrontare i cambiamenti nel settore. Quest'anno il

premio DealerSTAT2024

specifico per il post vendita è stato assegnato a BMW, considerato il miglior brand nel service secondo i dealer.

