



Service Day, il post-vendita al centro della sfida della trasformazione

Il futuro del post-vendita automotive sarà al centro della sesta edizione di Service Day, l'evento organizzato da Quintegia, nato da un'idea di AsConAuto, in programma il 15 e 16 ottobre al Centro Congressi di Veronafiere. (ANSA)



Il 15 e 16 ottobre a Verona la sesta edizione. Debuttano i Garage Formativi

Il futuro del post-vendita automotive

sarà al centro della sesta edizione di Service Day, l'evento organizzato da Quintegia, nato da un'idea di AsConAuto, in programma il 15 e 16 ottobre al Centro Congressi di Veronafiere.

Il tema scelto per l'edizione 2026 è "Una direzione, più scelte", a sottolineare come l'after sales rappresenti una delle principali opportunità di crescita per la distribuzione automobilistica in una fase di profonda trasformazione del settore.

La manifestazione riunirà imprenditori, dealer, gruppi di



concessionarie, responsabili service e operatori indipendenti in due giornate dedicate ad analisi di mercato, workshop, casi di successo e testimonianze. Il programma prevede oltre 50 relatori, più di 40 aziende presenti nell'area espositiva di 10 mila metri quadrati e una serie di incontri organizzati con case automobilistiche, sponsor e associazioni di settore.

Secondo i dati dell'After Sales Navigator di Quintegia, il 71% dei concessionari considera il post-vendita un'area di forte potenziale, anche se questa consapevolezza non sempre si traduce in strategie strutturate. "Il rischio è che la complessità operativa, tecnologica e di mercato cresca più rapidamente della capacità delle organizzazioni di adattarsi", afferma Tommaso Bortolomiol, amministratore delegato di Quintegia. "Per fare del post-vendita una leva strategica di redditività, fidelizzazione e sviluppo è necessario aiutare ogni azienda a individuare il modello più coerente con la propria organizzazione e il proprio mercato".

AsConAuto, partner storico dell'iniziativa, conferma anche quest'anno il proprio contributo ai contenuti dell'evento. "Il mercato sta attraversando una fase complessa e il confronto tra gli operatori è oggi indispensabile per comprendere come evolverà il service e quali strategie adottare", sottolinea il presidente Roberto Scarabel. "Service Day non sarà solo una



manifestazione espositiva, ma un momento di formazione e crescita per tutti i professionisti del post-vendita".

Tra i temi in agenda figurano efficienza operativa, nuovi modelli organizzativi, customer experience, pricing, gestione delle persone, intelligenza artificiale, automazione e innovazione. Tra le novità dell'edizione 2026 debutano i Garage Formativi, sessioni pratiche dedicate a strumenti e metodologie immediatamente applicabili nelle attività quotidiane delle officine e dei servizi post-vendita.