PUBBLICAZIONE: InterAutoNews
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Print
AVE: €1392.00
REACH: 15000
AUTORE: N.D.
PAGINA: 36
SUPERFICE: 58.00 %
> 1 ottobre 2026 alle ore 0:00



AsConAuto, il postvendita rafforza la relazione Scarabel: "Puntiamo sulla qualità del servizio"

Si è appena conclusa la 6ª edizione di Service Day 2026 e intervistiamo Roberto Scarabel, Presidente di AsConAuto.

Scarabel, un primo bilancio dell'appuntamento di Verona?
"È stato un successo, un momento straordinario di formazione, confronto e networking che ha riunito oltre 3mila operatori del settore. Abbiamo registrato un riscontro positivo, in particolare per i Garage formativi, una novità dell'edizione 2026. Sessioni curate da AsConAuto e pensate per portare il confronto più vicino alle realtà aziendali. Ci hanno offerto spunti interessanti anche per lo sviluppo delle attività di AsConAuto Academy".

Il postvendita è sempre più sotto la lente d'ingrandimento e coinvolto nel cambiamento dell'intero settore automotive...
"È proprio così. Da tempo sosteniamo che il postvendita sia una leva strategica per costruire e consolidare la relazione con il cliente: è attraverso un servizio di assistenza di qualità che lo si fidelizza e lo si mantiene nel tempo. Dobbiamo comprendere che le esigenze di chi acquista un'automobile sono diverse da quelle di chi si rivolge all'officina. Nella vendita entrano in gioco l'emozione, il desiderio e le aspettative legate alla vettura che si andrà a guidare. Nel postvendita, invece, la priorità è spesso una sola: tornare rapidamente alla propria mobilità. Questo significa garantire efficienza, affidabilità e tempi di intervento brevi, anche attraverso una disponibilità tempestiva dei ricambi".

I nuovi player cinesi stanno ridisegnando gli equilibri del mercato. Come si muove AsConAuto nei loro confronti?
"Il mercato sta cambiando e arrivano nuovi marchi ma non dimentichiamo che vengono commercializzati da imprenditori e Concessionari che fanno già parte della nostra Rete. L'evoluzione dell'offerta non modifica la nostra missione: garantire un servizio efficiente nella distribuzione dei ricambi, indipendentemente dal brand".

Dal postvendita ai servizi di mobilità: quali evoluzioni state osservando e su quali progetti state lavorando?
"Oggi vediamo chiaramente una contrazione del mercato privato e una crescita costante del Noleggio Lungo Termine che vale circa il 25% in termini di immatricolazioni e il 18% del parco circolante fino a 4 anni. Parallelamente cresce la complessità tecnica delle vetture, aumentano i costi di riparazione, cresce la necessità di codifiche, tracciabilità e competenze specifiche. Questo significa che la riparazione non può più essere improvvisata. Nel mondo flotte, poi, il cliente non è uno solo: c'è il noleggiatore, c'è la banca, c'è la multinazionale, c'è l'utilizzatore finale che spesso ha acquistato una 'rata' o un 'pacchetto manutenzione' senza sapere cosa contiene davvero. In questo contesto, AsConAuto può svolgere un ruolo fondamentale, mettendo a disposizione la sua logistica, capillarità della Rete, la competenza degli autoriparatori. Stiamo lavorando per offrire alle flotte un servizio modulare e personalizzabile, che consenta a ogni gestore di scegliere la modalità di collaborazione più adatta alle proprie esigenze: da un piano base a soluzioni intermedie ed evolute, fino a un'offerta completa. Non giocheremo la carta del prezzo, ma quella della qualità del servizio".

Quale ruolo avrà l'intelligenza artificiale nel futuro del postvendita?
"L'intelligenza artificiale rappresenta una trasformazione che non possiamo permetterci di affrontare con tempi troppo lunghi. Il mondo dell'assistenza deve accelerare il proprio percorso di evoluzione, così come hanno già fatto le concessionarie in

Onclusive Tutti i diritti riservati https://onclusive.com/en-gb/talk-to-us/

PUBBLICAZIONE: InterAutoNews
PAESE: ITA
TIPOLOGIA: Print
AVE: €1392.00
REACH: 15000
AUTORE: N.D.
PAGINA: 36
SUPERFICE: 58.00 %
> 1 ottobre 2026 alle ore 0:00

altri ambiti della loro attività. Per AsConAuto, l'IA rappresenta un'opportunità concreta. Nei confronti dei nostri affiliati possiamo svolgere un ruolo di catalizzatore, favorendo il dialogo con la rete degli autoriparatori e accompagnandola nella conoscenza e nell'adozione di strumenti e soluzioni innovative. L'obiettivo è contribuire a diffondere competenze e accelerare un cambiamento che riguarda l'intera filiera del postvendita. Nella relazione con gli automobilisti consente, invece, di anticipare i bisogni di manutenzione attraverso sistemi predittivi, migliorando la tempestività degli interventi e la gestione del veicolo. La sfida ora non riguarda soltanto la disponibilità della tecnologia, ma soprattutto la capacità di integrarla nei processi quotidiani".

Per affrontare queste trasformazioni serve molta formazione...
"La formazione è uno dei pilastri del nostro impegno come abbiamo ribadito anche a Service Day nella sessione che ha visto anche il coinvolgimento di Enaip. Con AsConAuto Academy continuiamo a proporre i corsi che hanno registrato i migliori risultati in termini di partecipazione e interesse, ma stiamo lavorando anche per sviluppare percorsi formativi nuovi, capaci di accompagnare nel tempo la crescita delle competenze della Rete. Stiamo inoltre ampliando la proposta rivolta ai Concessionari".

Una ricerca di Roland Berger evidenzia l'allontanamento dei clienti dal ricambio originale. È davvero questa la tendenza?
"I dati che osserviamo attraverso la nostra attività restituiscono un quadro che va analizzato con attenzione. Il mercato italiano del postvendita ha dimensioni importanti, 36 miliardi di euro nel 2025 e, all'interno di questo scenario, AsConAuto continua a registrare una crescita nella distribuzione dei ricambi originali. Nei primi 9 mesi 2026 abbiamo registrato un +2,7%. Un andamento che ci invita a guardare al mercato con una prospettiva articolata, senza dare per scontato che la scelta dell'originale sia destinata a perdere rilevanza. C'è poi un altro aspetto fondamentale: bisogna capire quanto la scelta del ricambio dipenda davvero dalla volontà del cliente. Dalle nostre indagini emerge infatti che, in molti casi, l'automobilista non viene nemmeno interpellato sul tipo di componente utilizzato per la riparazione. La questione, quindi, non è soltanto chiedersi se il cliente preferisca il ricambio originale o un'alternativa, ma anche verificare se gli venga data la possibilità di scegliere in modo consapevole".



Roberto Scarabel, Presidente AsConAuto

Onclusive Tutti i diritti riservati https://onclusive.com/en-gb/talk-to-us/