



AsConAuto alla 19sima tappa di Digital Dealer Tour a Bari - Attualità



Ultima iniziativa in presenza nell'anniversario dei 20anni

Digital Dealer Tour è un progetto formativo itinerante, gratuito e su invito, ideato da automobile.it e organizzato da BtheOneAutomotive che si indirizza ai concessionari auto italiani per favorire la Digital Transformation: processo inevitabile di cambiamento che coinvolge aspetti tecnologici, culturali, organizzativi, sociali, creativi e manageriali di ogni concessionaria.

Alla 19sima tappa di Bari il presidente di AsConAuto Fabrizio Guidi in un excursus che riepiloga la centralità del dealer nel progetto associativo - che proprio nel 2021 ne festeggia il traguardo di 20 anni di attività - sottolinea la importanza che assume il service all'interno della concessionaria e la capillarità della rete sul territorio italiano. Chiudendo l'intervento con il video celebrativo del viaggio, realizzato proprio per festeggiare il traguardo raggiunto, nel nostro Paese di una grande A associativa attraverso tutti i consorzi, che ha unito simbolicamente gli esponenti del sistema AsConAuto: concessionari soci, addetti, magazzinieri, promoter, logistici e gli oltre 23mila autoriparatori affiliati alla rete.

Il presidente Fabrizio Guidi commenta: "Il dealer è un imprenditore attento alle sue marginalità che non delega il proprio business e presidia con forte attenzione il proprio territorio. Se è vero poi che su Internet contano i lead, i lead sono le persone che entrano nelle concessionarie della nostra rete e creano rapporti e relazioni. E il service - che spesso è sottovalutato nella concessionaria - in realtà con le sue marginalità è una parte importante per lo sviluppo del business, sia dal punto di vista delle vendite, sia per quanto riguarda la fidelizzazione dei clienti. Perché siamo partiti dal ricambio originale? Perché la maggior parte dei concessionari italiani crede nel ricambio originale. Un ricambio che è un collante tra le case, i concessionari e gli autoriparatori. Ma è anche una identità, perché appartiene a quella sicurezza di filiera, che consente alla vettura di rimanere uguale e sicura come quando è stata acquistata. Nostro compito potrebbe essere non solo quello di fornire ricambi originali ma anche di aiutare i concessionari e la rete a mantenere gli autoveicoli originali, perché l'automobilista, cioè il cliente finale, ha diritto a fare in modo che la sua auto conservi il proprio valore e tuteli la sua sicurezza. Anche nel 2022, intendiamo attirare l'attenzione della nostra rete sul service ed essere ancora più presenti sul territorio. Vogliamo dare più servizi e continuare a sviluppare il



supporto professionale fornito dal nostro sistema per lavorare sulla qualità della riparazione. E saremo sempre a fianco dei concessionari che vorranno fare iniziative per presidiare il territorio".

RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright ANSA

