



Business concessionari al centro di Automotive Dealer Day 2015
A Verona dal 21 al 23 aprile istantanea di un business che cambia e si evolve con i tempi

25 marzo 2015

Treviso – Come scelgono la propria auto gli acquirenti di oggi? Il trend delle visite in concessionario sta aumentando o diminuendo? Quando gli acquirenti si recano da un concessionario hanno già condotto delle ricerche autonome online? Test drive e visita in concessionario sono ancora fondamentali per la scelta definitiva di acquisto?

Recenti studi di settore effettuati da Google Italia dimostrano che sulla scelta finale dell'automobile influiscono tanti fattori e che le tecnologie a disposizione assumono un ruolo sempre più centrale per formare ed indirizzare questa scelta. Otto clienti su dieci, infatti, non hanno idea né del brand né del modello quando cominciano ad informarsi sull'automobile da acquistare, e un acquirente su tre cambia idea nel corso di tale ricerca. Questo significa che oltre l'80% dei clienti può essere aiutato e guidato nell'importante passo dell'acquisto di un'auto. Quando gli acquirenti si recano da un concessionario, inoltre, 4 clienti su 5 hanno già fatto molte ricerche online, sono vicini a prendere una decisione e vogliono vedere i modelli dal vivo o sono in cerca di conferme che avvalorino la loro scelta. Test drive e visite al concessionario continuano inoltre ad essere fondamentali per la clientela con più di 50 anni. Nonostante i dati di mercato ci dicano che a livello nazionale il mercato auto nel 2014 ha registrato un aumento delle immatricolazioni del 4,2%, nello stesso anno il numero medio di visite al concessionario per singolo acquirente è diminuito da 4.1 a 3.7 rispetto al 2013. Questo significa che il concessionario deve ottimizzare le sue strategie di vendita per essere più incisivo ed efficace e sfruttare al meglio i contatti diretti che ha con i suoi potenziali acquirenti.

Questi e molti altri temi faranno da sfondo ad Automotive Dealer Day 2015, che si terrà al Centro Congressi Veronafiere dal 21 al 23 aprile 2015. Automotive Dealer Day è il principale evento europeo B2B per gli operatori del settore auto, che integra un programma di contenuti di altissimo livello scientifico, un'area business per il confronto tra operatori provenienti da tutto il mondo e una serie di appuntamenti collaterali con incontri internazionali ed ospiti eccezionali. L'evento si rivolge a manager di case auto e moto, operatori del settore, fornitori di prodotti e servizi per i dealer, aziende del settore comunicazione, IT e tecnologie, riparatori autorizzati e indipendenti, e naturalmente ai concessionari.

Proprio ai concessionari, e al loro business, è dedicata la prima area tematica di Automotive Dealer Day. Per tre giorni, dal 21 al 23 aprile, numerosi saranno i Workshop e le Masterclass dedicati alle sfide e alle prospettive del business concessionari, con un'apertura internazionale e le migliori best practice dall'estero, per imparare a far crescere il volume d'affari anche in tempi di crisi, e accelerare il processo di innovazione tecnologica senza perdere il contatto umano con il cliente.

Tra i punti di forza di una concessionaria di successo, oggi figurano l'utilizzo delle più moderne tecnologie disponibili, la capacità di sfruttare tutti i canali digitali, compresi i social media, la velocità di risposta alle richieste del cliente e sofisticati processi di follow-up che permettono di offrire effettivamente al cliente un'esperienza di qualità. La centralità del cliente sarà oggetto di

incontri sul CRM e il customer engagement, con idee concrete e strategie di gestione nel post-vendita, per migliorare la soddisfazione del cliente e aumentare la redditività. E ancora: spunti operativi per aumentare efficienza, efficacia e profitti nella gestione dell'usato, e focus sull'importante aspetto della gestione amministrativa e fiscale.

Sempre nell'area tematica dedicata al business concessionari, saranno presentate tre best practices nazionali ed internazionali, che racconteranno le migliori strategie di vendita e di miglioramento delle performance: *Gruppo Autotorino*, due volte vincitore del Premio per l'Innovazione Gestionale, *Cambria Automobiles (UK)*, vincitore del premio del giornale Motor Trader nel 2014, e *Darcars Automotive Group (USA)*, azienda inclusa da tempo nell'elenco Forbes delle 500 principali aziende private americane.

I numeri di Automotive Dealer Day 2015

- Oltre 4.000 partecipanti;
- 12.000 mq di Area Business;
- 28 sessioni tra workshop e masterclass;
- Oltre 70 speaker;
- Oltre 70 aziende presenti;
- Oltre 10 Paesi rappresentati;

Scarica la [brochure Automotive Dealer Day](#)

Contatti per la stampa:

Ufficio Stampa Automotive Dealer Day

Carolina Vastola, Clickutility on Earth on behalf of Quintegia,

Tel. 3484737381, @:ufficiostampa@dealerday.it

Ulteriori informazioni su: www.dealerday.it

Seguici su:

