

After-Sales Navigator

Leve operative, azioni concrete e KPI nel post vendita

Demo

2025

Indice

Introduzione

- Lo Studio
- Metodologia

Executive Overview

- Mappa delle opportunità

Analisi dettagliate

- Offerta
- Organizzazione
- Processi

Appendice

- Segmentazioni aggiuntive

Introduzione

Lo Studio

Il **post vendita** rappresenta oggi un pilastro strategico per le concessionarie, sia come fonte di marginalità, sia come leva per consolidare la relazione e la loyalty con i clienti.

L'evoluzione del settore automobilistico, il crescente livello di competizione e l'innalzarsi delle aspettative dei clienti impongono una **valutazione attenta e mirata delle strategie** di sviluppo.

Lo Studio del 2025 si focalizza sul **core business** del post vendita con l'obiettivo di fornire stimoli e insight ai concessionari per ottimizzare quest'area.

Main focus



Leve

Analizzare il grado di «evoluzione» dei principali asset che contribuiscono al risultato



Azioni

Identificare le iniziative di miglioramento più interessanti per i concessionari



Performance

Misurare KPI specifici che guidino le scelte strategiche e tattiche

Approccio di studio

Il framework vuole simulare l'approccio che adotterebbe un consulente chiamato a supportare una concessionaria nell'ottimizzazione dell'area post vendita attraverso 3 step di lavoro.

- **Leve:** analizzare il grado di «evoluzione» dei principali asset che contribuiscono al risultato
- **Azioni:** identificare le iniziative di miglioramento più interessanti per i concessionari
- **Performance:** misurare KPI specifici che guidino le scelte strategiche e tattiche



Leve
Valutare



Azioni
Identificare



Performance
Misurare

Offerta

Organizzazione

Processi

Contenuti

Alla luce del ruolo sempre più centrale del post vendita come leva di marginalità e fidelizzazione, After-Sales Navigator 2025 propone una mappatura completa delle opportunità di sviluppo per i dealer italiani, analizzando le aree di offerta, organizzazione e processi.

L'analisi si è svolta trasversalmente a tutte le aree operative (offerta, organizzazione, processi), con l'obiettivo di individuare leve da potenziare, azioni efficaci e KPI strategici per rafforzare la competitività dell'area service.

Di seguito un esempio di dati monitorati in termini di leve (24 monitorate), azioni (25 monitorate) e KPI (27 analizzati).

Leve: livello di presidio - priorità

Servizi ancillari offerti nel service

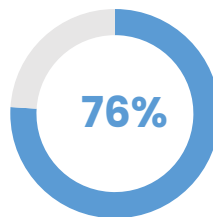


■ Poco ■ Parzialmente ■ Abbastanza ■ Molto

33% dei dealer considerano i servizi ancillari offerti nel service una priorità

Azioni da implementare

Utilizzo intelligenza artificiale



■ Dealer interessati

69% dei dealer che l'hanno implementata hanno avuto benefici

KPI monitorati

Loyalty al service tra i clienti



■ Dealer che non monitorano

■ Dealer che monitorano

Metodologia

La metodologia è stata sviluppata per misurare in modo strutturato la percezione dei dealer sulle opportunità nel post vendita. I quesiti sono stati formulati in maniera mirata per favorire un'analisi del core business, attraverso questionari con quesiti distinti a Titolari e Service Manager.



Survey online
a **Titolari e Service Manager**



Questionari con quesiti differenziati

- 103 a Service Manager
- 85 a Titolari



Rilevazione **luglio 2025**

*le specifiche dei dealer Mix non sono incluse nel report poiché risultano in linea con la media generale

Campione

**Titolari
di concessionaria**

91

45%
Titolari

200

Service Manager
(inclusi Direttori Post Vendita)

109

55%
Service Manager

**Portafoglio
brand**

63%

Marchi
di Volume



11%

Marchi
mix*



26%

Marchi
Premium



Localizzazione

56%

Nord
Italia



44%

Centro
Sud Italia



Fatturato

34%

Fatturato
<50M €



42%

Fatturato
50M-130M €



24%

Fatturato
>130M €



Dealer piccoli

Dealer medi

Dealer grandi

Executive Overview

Mappa delle opportunità

	Focus trasversali	Dealer Piccoli	Dealer Medi	Dealer Grandi
Leve da potenziare  % dealer carenti	Priorità intervento Elevata Intermedia Relativa	24 Leve monitorate Sono state identificate le leve più prioritarie in base al grado di urgenza e di presidio attuale. La percentuale indica i dealer meno preparati.		
Azioni da implementare  % dealer interessati	Grado di successo Molto probabile (>70% successo) Probabile (50-70% successo)	25 Azioni concrete «testate» Sono evidenziate le azioni che hanno ottenuto maggiore successo tra i dealer che le hanno adottate. La percentuale indica quelli interessati a implementarle.		
KPI da integrare  % dealer carenti	KPI non ampiamente monitorati	27 KPI verificati Sono riportati i KPI considerati oggi più rilevanti ma non ancora pienamente monitorati dai dealer. La percentuale indica quelli che risultano maggiormente carenti.		

Leve



- Elevata
- Intermedia
- Relativa

Azioni



- Molto probabile
- Probabile

KPI



After-Sales Navigator



Per qualsiasi informazione o richiesta,
prego contattare:

Ecaterina Mercas

✉ ecaterina.mercas@quintegia.it

www.quintegia.it



Quintegia S.p.a.

☎ +39 0422 262997

✉ info@quintegia.it

Sede legale e operativa

🏢 Strada Sant'Angelo,
116, 31100 Treviso (TV)





Innovazione attraverso Ricerca, Competenze e Networking

