



Il prodotto ha per oggetto la manutenzione ordinaria e straordinaria a costi predeterminati (e pagamento anticipato o dilazionato) per vetture e veicoli commerciali, per la durata e la percorrenza desiderata. Fin qui niente di nuovo.

L'offerta di tali servizi è già prerogativa di alcuni marchi (BMW, Mercedes, Audi, Citroën, Peugeot, ecc.) e anche di alcuni dealer che si attivano proponendo alla loro clientela carnet di tagliandi. La questione più difficile - e anche più interessante dal punto di

Con i **pacchetti di manutenzione**, il business delle concessionarie si arricchisce di un elemento di congiunzione ideale **tra vendita e post-vendita**. Un caso esemplare? La società del **Gruppo Cattolica Assicurazioni** che offre copertura su marche diverse, premium comprese

di Jacopo Robusti

Un **PIENO** di **SERVIZI** CarFull Service

vista del contatto con i clienti e della profittabilità - è però disporre di un prodotto multi-marca, su veicoli nuovi ma anche usati, con copertura dei guasti oltre che della manutenzione ordinaria e per usura. Il tutto ad un prezzo "giusto".

La formula CarFull Service

Nata da una costola di Drive Service, società leader nel fleet management, CarFull Service, prima di partire con l'attività circa due anni or sono, ha analizzato a fondo il mercato dei servizi automotive per giungere a una conclusione: perché l'auto, a differenza di altri beni tecnologici come i computer, non viene venduta insieme alla sua stessa manutenzione? Perché

escludere dalla catena del valore una così importante opportunità di relazione con l'utilizzatore? E quindi, passando dalla teoria alla pratica, sono nati pacchetti full-service generalisti che vanno a colmare il vuoto, in termini di servizio, tra i servizi di manutenzione ordinaria - i cosiddetti "tagliandi" - e le estensioni di garanzia offerte dai costruttori stessi o tramite polizze assicurative ad hoc. Per comprendere le caratteristiche dell'offerta di CarFull Service, ne abbiamo intervistato il fondatore, **Roberto Palladini**. "Innanzitutto, una precisazione: a dispetto dell'appartenenza a una compagnia assicurativa, il nostro è un contratto di manutenzione, non una polizza. Chi lo acquista può recarsi presso la nostra rete di convenzionati,

nella quale rientrano molti dealer ufficiali, per cui garantiamo un livello di servizio consono anche alle esigenze di chi ha acquistato un marchio premium. La nostra forza, però, è che siamo indipendenti rispetto ai costruttori, per cui gestiamo marche e modelli diversi. Questo aiuta anche i dealer, che possono proporre i pacchetti su vetture usate. Il fatto di proporre pacchetti di manutenzione completa semplifica processi e procedure e consente di ottenere un elevato livello di soddisfazione del cliente".

I vantaggi per i concessionari

"La nostra lunga esperienza nella gestione degli interventi sui veicoli - prosegue Palladini - ci ha fatto

Non solo flotte

“Elemento da non sottovalutare - conclude Palladini - è la sensibilità del cliente privato nei confronti dell'argomento manutenzione. In molti ritengono che chi usa l'auto per lavoro sia più abituato a valutare i costi di manutenzione e, quindi, più incline ad acquistare formule che offrano tranquillità con certezza della spesa, eliminazione degli imprevisti e 'peace of mind'. Ciò è generalmente vero, ma se l'offerta diventa realmente personalizzata sulle percorrenze, anche per l'acquirente privato, si apre un mondo di possibilità. Non è detto, infatti, che i servizi contenuti in un pacchetto di manutenzione siano eccessivi nel caso di una vettura di famiglia che fa poca strada, o per una seconda auto che si muove prevalentemente in città. Il mercato delle estensioni di garanzia si sta ampliando e il cliente medio si abituerà presto a considerare il vantaggio di eliminare i rischi anche nella manutenzione. Ciò che va comunicato è che nel contratto di manutenzione è compreso un insieme di servizi adatti alle sue esigenze. Un pacchetto che non 'spreca' risorse ma, anzi, ottimizza e semplifica la gestione dell'auto”.

investire molto sul controllo qualità: i nostri dealer dispongono di un software web per monitorare i contratti venduti e i vari step dell'erogazione del servizio. Noi poi interveniamo con chiamate post-intervento d'officina per verificare la customer satisfaction. In questo senso collaboriamo con il singolo concessionario/riparatore per tenere alta la qualità della relazione con il cliente. Il quale dovrà solo prenotare l'intervento in base alle segnalazioni della strumentazione di bordo o alle scadenze indicate nel libretto service e, quindi,

portare l'auto in officina. Per i nostri partner ciò significa incrementare la fidelizzazione dopo il 24° mese di età del veicolo (che normalmente crolla del 50%), generare turnover d'officina e, quindi, redditività addizionale. A questo si aggiunge un interessante schema provvigionale nel caso in cui, oltre a essere centri convenzionati per la manutenzione, i concessionari siano anche venditori dei pacchetti. A tale proposito stiamo lavorando anche ad accordi con società finanziarie per il finanziamento dei contratti post-vendita”.



Il fatto di proporre pacchetti di manutenzione completa consente di ottenere un elevato livello di soddisfazione del cliente



CarFull Service in pillole

- Il contratto può essere sottoscritto al momento dell'acquisto del veicolo, ma anche successivamente. Disponibili estensioni di chilometraggio.
- Gli interventi vengono effettuati presso i punti di assistenza di CarFull Service: dealer ufficiali delle principali marche, ma anche riparatori generalisti.
- Il prodotto comprende: manutenzione ordinaria (tagliandi, compresi ricambi e manodopera), interventi su organi meccanici sottoposti a usura, compresi ricambi e manodopera (dischi e pastiglie freni, spazzole tergicristalli, kit frizione, lampadine, ammortizzatori, terminali di scarico, catalizzatori, batterie, cinghie, ricariche condizionatore,

- ecc.), rabbocchi di olio e liquidi, manutenzione straordinaria (riparazioni per guasti nel normale utilizzo del veicolo, compresi i ricambi e la manodopera, anche a garanzia scaduta o non operante).
- La rete conta 200 dealer convenzionati per le manutenzioni, 75 dei quali vendono anche i pacchetti, con l'obiettivo di arrivare a circa 300 dealer in 3 anni.
- I pacchetti previsti entro la fine del 2011 sono 4.000; l'obiettivo è raggiungere il 10-15% di penetrazione sul venduto (auto nuove) di ogni dealer.
- CarFull Service è partner ufficiale di Porsche Italia per la manutenzione.