

Autovalutazione e percorsi di crescita per i dealer

PRIMO PIANO: Il progetto internazionale DNDS, durato tre anni, ha portato alla realizzazione di uno strumento online per valutare i punti forza o di debolezza dei dealer e a proporre la formazione adatta a migliorare il livello di managerialità



I più attenti lettori di MDN sanno che del progetto internazionale DNDS abbiamo già parlato in due occasioni. Sul numero di Settembre 2012 vi abbiamo mostrato i risultati di un'indagine sullo "stato dell'arte" della distribuzione nel mondo auto e moto, mentre nel Marzo del 2013

abbiamo dato notizia della nascita di uno strumento online che permette al singolo dealer di autovalutare i propri "skill", cioè le proprie capacità gestionali, proponendogli poi anche dei percorsi di formazione gratuita per colmare le eventuali lacune. Oggi - o, meglio, dal

prossimo settembre, tutto questo è realtà, grazie a un importante progetto nato dall'unione di sei promotori, suddivisi fra diverse realtà accademiche - come la nostra Università Politecnica delle Marche - una casa automobilistica (Skoda), una casa motociclistica (KTM) e chi già oggi fa formazione in ambito automotive in diversi Paesi, europei e fuori dall'EU.

LA DISTRIBUZIONE AUTOMOTIVE

La distribuzione nel nostro settore - e ancora di più nel mondo auto - è spesso presa come esempio da chi si occupa dello studio dei mercati e delle loro

L'intervista

Nella foto accanto:
Christian Stadlmann,
Professore di Sales Management e B2B Marketing, Università di Scienze Applicate Austria del Nord



Il Professor Stadlmann è il coordinatore del progetto DNDS ed è coinvolto nello studio del sistema distributivo

europeo nel settore Automotive, sia auto, sia moto. Il progetto ha una durata di tre anni e punta alla costruzione di una più approfondita conoscenza delle criticità e dei punti di forza degli attuali concessionari nei Paesi presi in considerazione, al fine di costruire un percorso di formazione che migliori la gestione delle concessionarie stesse.

MDN: Quali sono stati i presupposti su cui è nato questo studio e quali gli obiettivi ricercati?

Christian Stadlmann: Il progetto ha un orizzonte temporale di circa 36 mesi e ha riunito ben sei attori, tre istituti universitari, una casa automobilistica, una motociclistica e una realtà esperta nella formazione di concessionarie auto e moto. I primi 18 mesi sono serviti per individuare i benchmark delle attuali reti di distribuzione analizzati, le criticità e i punti di forza. Il resto del tempo ci è ser-

vito per costruire uno strumento di autovalutazione online, disponibile per tutti i concessionari interessati a capire in quale situazione si trovano e a individuare i percorsi formativi adatti a migliorare la situazione, ove necessario.

MDN: Quanti dealer avete intervistato e quali differenze avete trovato fra realtà auto e moto?

CS: Abbiamo intervistato oltre 250 dealer e addetti ai lavori in 4 Paesi, Italia, Austria, Inghilterra e Polonia. Sono state scelte le reti Skoda per le auto e KTM per le moto, ma l'esperienza degli enti coinvolti nello studio andava molto oltre le esperienze riferibili a questi due marchi.

Abbiamo intervistato, infatti, esperti accademici del settore e una figura centrale nell'associazione europea di dealer. Skoda e KTM ci hanno messo a disposizione i loro Responsabili Sales & MKGT a livello centrale, mentre esperti di training specializzati nello sviluppo delle reti di concessionaria sono stati messi a disposizione da SNAP ON Business Solution, una realtà americana nel settore della formazione che ha la sua sede europea in UK.

MDN: Cosa è uscito di significativo dal vostro studio?

CS: Le interviste ai dealer realizzate durante lo studio DNDS hanno evidenziato sei aree principali di criticità, poi confermate anche a livello accademico e dagli esperti di training. Le aree sono: sviluppo di innovazioni tecnologiche e mercato dei veicoli elettrici; vendita di mobilità e ruolo centrale delle emozioni nel processo di vendita; nuovi canali di vendita (online) e strategie di orientamento al cliente (CRM). Per ognuna di queste aree lo studio ha prodotto una "Case History" sotto forma di video, che rende evidente i vantaggi di concentrarsi su questi temi per migliorare la performance della concessionaria.

MDN: Come potrà il singolo dealer sfruttare lo studio DNDS?

CS: L'obiettivo finale dello studio è sempre stato quello di realizzare degli strumenti utili per i dealer al fine di migliorare il loro approccio al mercato. Il primo obiettivo di medio termine è stato raggiunto con la creazione di un sito e di uno strumento online per l'autovalutazione della concessionaria, ma già da ottobre saranno disponibili degli strumenti di formazione

dinamiche interne. Spesso, infatti, nel settore automotive vengono introdotte innovazioni distributive tali da porlo fra i più avanzati, anche se nel mercato specifico delle due ruote motorizzate la dimensione aziendale rimane frequentemente piccola, o medio/piccola.

Ecco perché alcune innovazioni gestionali stentano a venire digerite dalla nostra rete di distribuzione, nonostante in altri ambiti – primo fra tutti le realtà più grosse dell'auto, ma anche in settori molto diversi – abbiano già dimostrato la loro efficacia nel generare ricavi aggiuntivi o richiamare nuovi clienti: mobilità e mondo "green", il web 2.0, il ricambio generazionale e le tecniche di vendita, sono tutti temi presi in considerazione dallo studio DNDS, acronimo che significa, infatti, Developing New Distribution Skills, cioè uno studio che indaga le modalità di creazione di nuove conoscenze per chi oggi deve gestire una concessionaria.

IL CONVEGNO

I risultati dello studio saranno resi disponibili alla stampa e a tutti i dealer in un convegno che si terrà i prossimi 11 e 12 Settembre ad Ancona, presso la sede dell'Università Politecnica delle Marche. In quell'occasione verranno presentati

gratuiti che i dealer potranno utilizzare per formare sia l'imprenditore sia i suoi collaboratori.

MDN: Perché diventa fondamentale che i dealer facciano questo percorso di formazione?

CS: Oggi i dealer sono sotto pressione per il calo di fatturati e volumi, ma dovrebbero in realtà preoccuparsi di più di quello che succederà fra un anno o poco più: la tecnologia e le regolamentazioni, da una parte renderanno ancora più stretto il rapporto con la casa mandante, mentre l'allargamento definitivo del pacchetto di leggi BER (Block Exemption Regulation) al mondo della moto aumenterà molto la competizione fra reti ufficiali e reti indipendenti. Solo un dealer preparato potrà rimanere sul mercato a queste nuove e più stringenti condizioni. Nel mondo auto questo sta già accadendo e il tema centrale è la vendita di servizi e prodotti collaterali al veicolo. Lo è al punto che esiste già oggi un indicatore economico che valuta il tasso di copertura dei costi generali offerto dai margini generati da queste vendite accessorie: si chiama "absorption rate". Ne sentiremo parlare presto anche nelle moto...

sia la versione definitiva del sito dove i dealer potranno autovalutarsi, sia il programma di massima dei corsi gratuiti che verranno istituiti per far crescere la consapevolezza gestionale dei dealer. Tramite due tavole rotonde si analizzeranno i dati scaturiti dall'analisi preliminare del settore realizzata durante lo studio e si cercherà di dare una risposta utile alle tante questioni che l'evoluzione del mercato auto e moto ha reso sempre più urgenti. Introduciamo dunque l'argomento con Christian Stadlmann, dell'U-

niversità di Scienze Applicate Austria del Nord, uno dei primi promotori di questo studio internazionale, il cui grande valore risiede anche nel fatto che tutte le risultanze e le azioni che ne seguiranno – come la formazione – verranno offerte gratuitamente ai dealer che vorranno utilizzarle.

L'appuntamento è perciò per il prossimo 11 Settembre ad Ancona, per il convegno DNDS. **Siete tutti invitati.** **MDN**

Mario Mazza

Sifam Italia

Fornitore ufficiale Ducati con batterie al litio Skyrich

LA PIÙ POTENTE LA PIÙ LEGGERA

Skyrich POWERSPORT BATTERIES

30% DI POTENZA IN PIÙ

70% DI PESO IN MENO

○○○ INDICATORE DI CARICA

12 MESI DI GARANZIA

BATTERIE AL LITIO SKYRICH, SCELTE DA DUCATI

Le proprietà tecniche innovative della batteria al Litio Skyrich ne fanno un prodotto di altissima qualità, che presenta un rapporto peso/potenza eccezionale. **La batteria al litio Skyrich è stata scelta dal celebre marchio italiano DUCATI**, per la quale gli ingegneri hanno apportato tutto il loro sapere per ottimizzare il prodotto, per equipaggiare i loro modelli. Le batterie al litio Skyrich possono rimpiazzare qualsiasi batteria di avviamento ed adattarsi a tutte le moto, senza dover modificare i cablaggi, dotate di piedini di spessore per avvicinarsi al massimo alle dimensioni delle batterie originali. Le caratteristiche della batteria al litio SKYRICH ne fanno un prodotto indispensabile sia per un uso sportivo, grazie al risparmio di peso (1/3 del peso di una batteria al piombo) sia per le moto, la cui coppia divoratrici d'energia, grazie alla sua superpotenza (30% di potenza supplementare rispetto ad una batteria al piombo)

www.motodealernews.it

SIFAM ITALIA S.r.l - Via Maria Bensi, 58 - 15121 Alessandria (AL) - Tel: 0131-344889 - Fax: 0131-349240