

Un progetto internazionale di ricerca mirato a preparare i dealer del settore auto e del settore moto alle sfide del futuro.

Individuare le competenze chiave rende necessario ripensare ed formare i rivenditore del settore automotive.

Un progetto, finanziato dall'Unione Europea, che ha identificato le sfide future della distribuzione del settore automotive in Europa (sia settore automobilistico, sia settore motociclistico) e le relative competenze chiave, che sono state confrontate con il punto di vista dei rivenditori. In questo frangente è stato individuato un disallineamento tra le percezioni degli esperti e quelle dei rivenditori. Mentre i rivenditori sono ancora legati ad un approccio tradizionale di vendita del prodotto, gli esperti ritengono che la vendita orientata alla erogazione di servizi ed al consumatore (ad esempio la mobilità come servizio) unitamente ad una gestione manageriale ragionata, rappresentano la chiave di successo per il futuro. Questo richiede l'individuazione di nuove abilità e competenze per il rivenditore e per il personale di vendita. Sulla base di questi risultati sono state sviluppate metodologie di formazione per i rivenditori ed il loro personale di vendita oltre che idee d'insegnamento e materiali d'analisi per gli studenti.

Al fine di preparare i dealers alle sfide future, ricercatori della University of Applied Science Upeer Austria di Steyr collaborano con partner provenienti dalle università di Ancona (Italia), Gdansk (Polonia) e Mladà Boleslav (Repubblica Ceca), KTM-Sportmotorcycle AG, Škoda Auto and the training company Snap-On Business Solution. Il primo step del progetto ha previsto l'intervista di 21 esperti di settore e 152 rivenditori automobilistici e 62 rivenditori motociclistici, di Austria, Repubblica Ceca, Germania, Italia e Polonia, in merito alle sfide future ed alle competenze chiave che determineranno il successo nel futuro settore automotive.

Nuove sfide per produttori e rivenditori

Il mercato automotive fronteggia numerose sfide: entrambi si trovano di fronte ad una gestione multi-brand, vendite online, limitate capacità finanziarie oltre che il problema di pensare e gestire la mobilità come un servizio. Il punto è quello di passare da un semplice venditore di prodotti ad un fornitore di servizi e soluzioni. Pertanto, i retailers giocano un ruolo chiave nel successo delle vendite del settore automotive. Tuttavia, questi ultimi sono spesso poco consapevoli dei rapidi cambiamenti che avvengono nel loro mercato di riferimento e devono contrastare delle carenze nella gestione dei loro brand e nella vendita dei singoli prodotti.

Lacune del retailer verso il cliente e orientamenti futuri

L'indagine sui rivenditori, in Austria, Repubblica Ceca, Germania, Italia e Polonia, ha evidenziato le aree entro le quali i dealers hanno necessità di formare il proprio personale di vendita. Sia i rivenditori del settore automobilistico che del settore motociclistico hanno identificato nella conoscenza del prodotto la principale capacità che il personale di vendita dovrebbe possedere, seguita dall'abilità di vendere, rispettivamente, veicoli nuovi e veicoli usati (vedere il grafico in calce). Piuttosto lontani da questi fattori orientati al prodotto, risultano invece la conoscenza della gestione finanziaria, conoscenze di marketing e la capacità di utilizzo dei new media e social media. Sebbene permangano delle piccole differenze tra i mercati analizzati, ad esempio i

rivenditori italiani tendono a dare una maggiore importanza all'e-commerce, i dealers rimangono fedeli a tutti quei fattori che hanno consentito di raggiungere un certo successo nel passato. In futuro, considerate la velocità evolutiva dei mercati, questi atteggiamenti possono condurre al fallimento.

Gli esperti: i clienti e gli addetti ai lavori

Gli esperti del settore automotive, gli istituti di formazione, le università ed i media hanno individuato delle lacune in particolare in relazione alle capacità di gestione come la pianificazione, l'acquisizione di nuovi clienti, la gestione delle relazioni con i clienti, l'abilità di comprendere e soddisfare i bisogni dei clienti, l'utilizzo dei nuovi media ed un più spiccato orientamento al servizio. Dei dipendenti preparati e motivati saranno in grado di trasmettere entusiasmo per il loro brand. Questo richiederà, oltre che un'attenta conoscenza del prodotto, anche delle eccellenti capacità comunicative, una notevole motivazione ed una chiara comprensione dei bisogni del consumatore.

Le nuove capacità richiedono dei percorsi di formazione ed educazione

Sulla base di questi risultati è stato sviluppato per i dealers uno strumento online di autovalutazione al fine di permettere la stima delle proprie capacità, comparandole con la media del settore ed identificando delle possibili aree di miglioramento. Questo può rappresentare il punto d'inizio per lo sviluppo di nuovi percorsi di formazione e nuovi materiali didattici. Tra i materiali didattici sono inserite buone pratiche di gestione, casi di studio, video e letteratura. Dietro l'obiettivo di qualificare in maniera ottimale il rivenditore, saranno sviluppati materiali didattici per le università e per altre organizzazioni di formazione con lo scopo di assicurare il successo del settore automotive attraverso la formazione del personale di vendita.

Il test autovalutazione sarà disponibile presumibilmente da aprile 2013.

Di seguito il sito internet del progetto: <http://www.new-distribution-skills.eu/>

Dettagli del progetto:

il progetto di ricerca è stato pianificato per una durata di tre anni, è co-finanziato dall'Unione Europea – the EACEA ((Education, Audiovisual, & Cultural Executive Agency) e tutti i materiali didattici come anche tutti gli altri strumenti sono pubblicamente accessibili. Nel lungo periodo dovrebbe aumentare la competitività e migliorare l'occupazione.

Step cruciali del progetto:

- Analisi completa durante la quale sono state elaborate anche le differenze nelle aree europee. Sono stati individuati i futuri campi di competenza per i rivenditori e gli studenti che vorrebbero lavorare nel settore automotive.
- Sviluppo di una vasta gamma di materiale didattico pratico per identificare i futuri campi di competenza sfruttando i nuovi media.
- Elaborazione di nuove tipologie di percorsi informativi da focus universitari.
- Sviluppo di strumenti di autovalutazione – per rivenditori e gli studenti allo scopo di identificare i loro margini di miglioramento. Sulla base di questi risultati rivenditori e studenti potranno identificare i campi nei quali risultano essere carenti.
- Il progetto si chiuderà con una conferenza internazionale presso l'Università Politecnica delle Marche, Ancona, dove saranno presentati i risultati, e i ricercatori e le organizzazioni di formazione saranno invitati a presentare dei contributi (come casi di studio) legati al topic.

Partecipano al progetto:

University of Applied Sciences Upper Austria, School of Management (Steyr, Austria)

Università Politecnica delle Marche (Ancona, Italy)

Škoda Auto University (Mladá Boleslav, Czech Republic)

University of Gdańsk (Danzig, Poland)

KTM-Sportmotorcycle AG (Mattighofen, Austria)

Snap-On Business Solutions (Reading, United Kingdom)

Per ulteriori informazioni siete invitati a contattare: christian.stadlmann@fh-steyr.at

What kind of training do you find crucial for sales personee!?

importance as index (0=not important at all, 100 = very important)

—▲— motorcycle retailers (n=63) —■— car retailers (n=152)

