



CertifiedFirst™

Il business **vincente**

ESSERE SEMPRE PIÙ SOCIAL

Terminate le ferie che, chi più chi meno si è concesso, è tempo di tornare alla propria attività quotidiana.

Il mercato della riparazione invece rimane sempre in vacanza? Se già a fine 2014 il numero delle riparazioni tra officine e carrozzerie registra una crescita dell'**1,9%** rispetto al 2013 (-1,1%) e al 2012 (-10,5%) [fonte: *Il Messaggero Economia e Finanza*], posso anche affermare che un cauto ottimismo nei primi sei mesi del 2015 si riscontra anche nelle carrozzerie che visito per il programma CertifiedFirst.

Tuttavia però è sempre difficile rilevare questa lieve crescita. Il problema della crisi rimane il nodo principale da sciogliere. Ma a questo punto la domanda che (quasi provocatoriamente) rivolgiamo a chiunque venda un prodotto o servizio è: **“Cosa fai per promuovere, sponsorizzare, fidelizzare e dare maggior visibilità alla tua attività?”**.

Viviamo nell'era digitale, dove i consumatori sono spinti a ricercare e a scegliere cosa e dove acquistare navigando su Internet. Questo significa che oggi nessuna attività commerciale può prescindere dall'aver **un sito web**! Costruire un sito e aggiornarlo costantemente infatti, rappresenta una **necessità che viene proprio dettata dal consumatore** il quale anche in questo momento starà cercando una carrozzeria dove portare la sua auto a riparare.

“Non mi serve un sito internet perché i clienti mi conoscono”, potrebbe essere la risposta di alcuni. Vera, ma in parte. Analizzando il numero di ricerche effettuate tramite Google è possibile osservare un trend in costante crescita per parole chiave riguardanti i servizi di riparazione di auto e moto: infatti, in media vengono effettuate circa **17 milioni di ricerche** ogni mese [fonte: *RiparAutOnline*]. Se non si possiede un sito web, il consumatore (anche quello occasionale) non avrà mai la possibilità di rintracciare la carrozzeria e pertanto quest'ultima risulterebbe inesistente. Meglio dunque per il consumatore rivolgersi a qualche altra carrozzeria che ha almeno un sito web. Perché la percezione è di affidabilità.

Chi possiede un sito, invece, è solo a metà dell'opera. Infatti dovrà essere in grado di riportare sulla pagina **parole chiave** che involino il consumatore a rimanerci e a saperne di più. Per questo è fondamentale **aggiornare costantemente** il sito con promozioni, lavori e servizi. Riuscire a comparire in prima pagina su Google quando l'utente finale fa una ricerca, dipende dall'attenzione con cui viene gestito il proprio sito e dalle informazioni rilevanti e convincenti che vengono scritte e messe a disposizione.

Infine non dimentichiamo chi possiede un sito e lo aggiorna continuamente; chi ha anche una pagina Facebook/Twitter/LinkedIn e fa promozioni ma risente comunque il calo di clientela. A questo punto, dunque, **cosa vogliono realmente i consumatori?** E qui il **questionario di soddisfazione** che sta conducendo il nostro partner STUDIO MOSNA per i clienti delle carrozzerie CF ci restituisce delle risposte inaspettate. Infatti, su circa 2.500 utenti finali in tutta Italia, il 2 % degli intervistati non tornerà mai più nella carrozzeria presso la quale si era rivolta non per una questione di prezzo ma per: **“i tempi lunghi di attesa; la scarsa organizzazione interna; l'auto sostitutiva non sempre a disposizione; la poca accuratezza nella pulizia degli interni della propria vettura; una app per cellulari che mi permetta di rimanere a contatto con la carrozzeria”**. La percentuale citata sarà sicuramente molto bassa, ma è questa che va a determinare la maggior pubblicità esistente sul mercato: il **passaparola**.

Oggi ci troviamo di fronte ad un **consumatore più esigente**, la cui fedeltà va conquistata e guadagnata ogni giorno ed è dunque importantissimo conoscere la sua opinione.

E voi, sareste pronti a ricevere un riscontro dai vostri clienti?

Il questionario di soddisfazione fa parte dell'offerta CertifiedFirst. Per il resto.....stiamo lavorando per voi!

Diego Durante
Programs Specialist CertifiedFirst® & Platinum

IL MERCATO VISTO DAI PROGRAMS

Di recente ho avuto il piacere di visitare EXPO 2015, un bellissimo esempio di come noi italiani siamo in grado di fare cose eccezionali quando ci mettiamo impegno e volontà.

Questa capacità di stupire, di essere creativi ed organizzati, e soprattutto di esaltare la bellezza e la qualità di quello che facciamo si chiama: *Made in Italy*.

Il *Made in Italy** è l'essenza dell'imprenditoria italiana, simbolo di artigianalità, creatività e qualità è la capacità delle piccole e medie imprese di sapersi differenziare dal resto del mondo (l'Italia è seconda solo alla Germania per numero di posizioni di eccellenza nell'export in rapporto alla sua popolazione) è qualcosa che fa parte della nostra cultura e mai come in questi ultimi anni deve essere preservata e coltivata.

Voi con le vostre aziende siete parte di questo mondo. Quotidianamente contribuite con il Vostro lavoro a rafforzare l'immagine del *Made in Italy*; un'immagine fatta di qualità, professionalità e serietà. In questi ultimi anni la tentazione di abbracciare filosofie diverse (made in China) è stata ed è tuttora forte, ma con un certo orgoglio possiamo dire che rimarrà solo una tentazione.

Il nostro compito è quello di supportarvi ogni giorno nel far crescere le vostre aziende, affinché possiate rappresentare l'eccellenza dell'imprenditoria italiana, un'eccellenza *Made in Italy*.

*Da uno studio effettuato da KPMG, *Made in Italy* è il terzo marchio al mondo per notorietà dopo Coca Cola (1°) e VISA (2°).

Raffaele Nicotera
Programs Manager Italy

Dal continuo e costante impegno del gruppo PPG di proporre ai propri utilizzatori, in maniera continua e costante, soluzioni e strumenti per migliorare il proprio business non limitandosi a fornire solo il prodotto verniciante emerge una chiara fotografia del mercato.

Oggi sempre di più gli interlocutori del mercato richiedono serietà, organizzazione ed efficienza dando comunque molta importanza al portafoglio.

Ma come è possibile soddisfare queste richieste del mercato rimanendo competitivi in termini di offerta economica?

Organizzazione, ordine, pulizia, standardizzazione dei processi e controllo dei numeri sono la chiave di lettura. Oggi più che mai, investire il nostro tempo in queste attività è strategico e lo sarà per il futuro. L'implementazione di procedure sistematiche volte all'organizzazione produttiva non sono una perdita di tempo ma bensì uno strumento da usare a nostro favore per essere sempre più efficienti.

Tutti questi concetti, racchiusi sotto la definizione di produzione snella, hanno fatto il successo di uno dei primari produttori al mondo di auto (Toyota); che oggi vanta una visione chiara della propria attività produttiva, una produzione nel rispetto delle tempistiche di programmazione e un'ottimizzazione dei flussi di lavoro. Elementi che oggi possono portare il successo anche in carrozzeria e in altri ambiti lavorativi.

Walter Villella
Business Solution Manager

PILLOLE DAL MONDO DELL'AUTO

Sale ancora una volta il mercato dell'auto: ad Agosto sono state immatricolate, infatti, **59.203** autovetture con una **crescita superiore al 10%** sullo stesso mese dello scorso anno. Il consuntivo dei primi 8 mesi del 2015, pertanto, si chiude con **1.065.556** immatricolazioni e con un **incremento superlativo del 15%**, in riferimento allo stesso periodo di un anno fa. Nella tabella sottostante è riportato il dettaglio, suddiviso per i principali marchi.

MARCHE	AGOSTO			GENNAIO - AGOSTO		
	2015	2014	VAR % 15/14	2015	2014	VAR% 15/14
ALFA ROMEO	1.262	923	36,7%	21.102	19.646	7,41%
AUDI	2.177	2.046	6,40%	37.557	35.293	3,52%
BMW	1.834	1.551	18,3%	32.148	28.828	11,5%
CHEVROLET	12	83	-85,5%	291	6.678	-95,6%
LANCIA/CHRYSLER	2.521	2.255	11,8%	39.176	36.539	7,2%
CITROEN	2.153	1.845	16,7%	37.036	35.106	5,5%
DACIA	1.342	1.863	-28,0%	30.526	26.306	16,0%
FIAT	11.581	11.162	3,8%	222.403	196.517	13,2%
FORD	4.631	3.798	21,9%	74.535	62.399	19,5%
HONDA	152	146	4,1%	2.874	2.960	-2,9%
HYUNDAI	1.770	1.722	2,8%	31.300	27.741	12,8%
JAGUAR	62	41	51,2%	778	642	52,2%
KIA	1.746	1.613	8,3%	26.884	21.727	23,7%
JEEP/DODGE	1.231	389	216,5%	19.664	5.414	263,2%
LAND ROVER	295	407	-27,6%	10.934	9.042	20,9%
MAZDA	301	152	98,0%	4.318	3.578	20,7%
MERCEDES	1.609	1.479	8,8%	35.042	31.641	10,8%
MINI	715	627	14,0%	13.328	11.776	13,2%
MITSUBISHI	196	171	14,6%	3.067	2.208	38,9%
NISSAN	2.120	1.991	6,5%	39.520	32.570	21,3%
OPEL	3.897	3.071	26,9%	61.285	50.951	20,3%
PEUGEOT	3.178	2.809	13,1%	57.238	48.997	16,8%
PORSCHE	173	159	8,8%	3.531	2.729	29,4%
RENAULT	3.124	3.503	-10,8%	63.861	55.147	15,8%
SEAT	617	599	3,01%	10.498	8.434	24,5%
SKODA	706	526	34,2%	10.490	8.862	18,4%
SMART	586	263	122,8%	17.558	11.330	55,0%
SSANGYONG	72	44	63,6%	900	735	22,5%
SUBARU	113	99	14,1%	1.910	1.602	19,2%
SUZUKI	787	570	38,1%	11.155	10.587	5,4%
TOYOTA	2.301	1.818	26,6%	44.083	39.331	12,1%
VOLKSWAGEN	5.025	4.777	5,2%	82.054	75.860	8,2%
VOLVO	654	599	9,2%	11.021	8.945	23,2%
TOTALE	59.203	53.505	10,65%	1.065.556	926.362	15,0%

PARCO CIRCOLANTE – In tempi di crisi le aziende non trascurano alcuna voce di spesa. E gongolano quando riescono ad effettuare consistenti risparmi, senza dover sacrificare una voce di bilancio, o un benefit. Parliamo, per esempio, delle **flotte di auto aziendali**, che negli ultimi tempi in alcuni casi si stanno in parte convertendo dai carburanti tradizionali alle **soluzioni ibride ed elettriche**. Il motivo? Si riesce a **tagliare fino al 75% dei costi** derivanti dal mantenimento delle auto stesse (in sostanza, i costi per consumo-carburante). La scelta tra le due soluzioni eco-compatibili viene influenzata, chiaramente, dall'utilizzo del veicolo: per le tratte brevi, regolari, nell'ordine dei 150 km al giorno, si privilegiano veicoli a corrente continua (con un occhio di riguardo anche alla diffusione di colonnine per la ricarica). Se invece la vettura serve per coprire medie-lunghe percorrenze, ecco che si fanno avanti gli ibridi plug-in, capaci di prestazioni tradizionali con un risparmio di carburante notevole e senza le restrizioni di percorrenza imposte da una vettura elettrica. (**fonte: tuttogreen**).

CONSUMI AGOSTO – Nel mese di agosto la domanda totale di carburanti (benzina + gasolio) è salita del 4,3%. In particolare, **la benzina è cresciuta dell'1,2%, mentre il diesel addirittura del 5,5%**. (**fonte: ANSA**).

TREND E CURIOSITÀ DAL MERCATO ASSICURATIVO (E NON...)



TORNA A CRESCERE IL FATTURATO DELL'AUTORIPARAZIONE –

L'analisi della dinamica delle componenti del PIL, nel corso del secondo trimestre dell'anno in corso, ha indicato un consolidamento della crescita della spesa delle famiglie. In termini reali sale dello 0,6 % rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. A fianco della maggiore disponibilità di spesa da parte delle famiglie italiane, si osserva che nel secondo trimestre del 2015 il fatturato della manutenzione e della riparazione di autoveicoli ha ripreso a salire, dopo ben sei trimestri negativi, registrando un aumento in termini di variazione tendenziale pari ad un ottimo +3,0% (si tratta dell'incremento più alto degli ultimi 3 anni, come evidenziato dall'ISTAT. Il segnale positivo dovrà chiaramente consolidarsi e rafforzarsi, per poter parlare concretamente di recupero, ma è già un inizio. Resta in ogni caso il fatto che il fatturato del settore, nell'ultimo anno, è rimasto inferiore dell'8,6 % rispetto al livello del 2011.

(fonte: carrozzeria.it)

RC AUTO: SCONTI SI, CONVENZIONI NO – Il Disegno di Legge sulla Concorrenza, che il governo sta cercando di chiudere proprio in questi giorni in via definitiva, prevede una serie di agevolazioni economiche per tutti gli automobilisti. Chi infatti deciderà di montare a bordo del proprio autoveicolo la scatola nera, oppure sottoporrà l'auto ad ispezione, oppure ancora installerà un meccanismo elettronico che impedisca l'avvio del motore se il guidatore ha un tasso alcolemico più alto del consentito, riceverà sconti consistenti al momento della sottoscrizione del nuovo premio RCA. È stato invece eliminato dal testo iniziale quel passaggio che tanto aveva fatto infuriare i carrozzieri, ossia l'obbligo di portare l'auto in riparazione presso officine e/o carrozzerie convenzionate direttamente con la compagnia assicurativa stessa. Quello che era un obbligo, è ora diventata una semplice possibilità. Un'altra possibilità di sconto, inoltre, è prevista per chi decide di contrarre più polizze assicurative di veicoli in suo possesso, se "sottoscrive per ogni singola polizza una clausola di guida esclusiva".



(fonte: ilsole24ore.com)

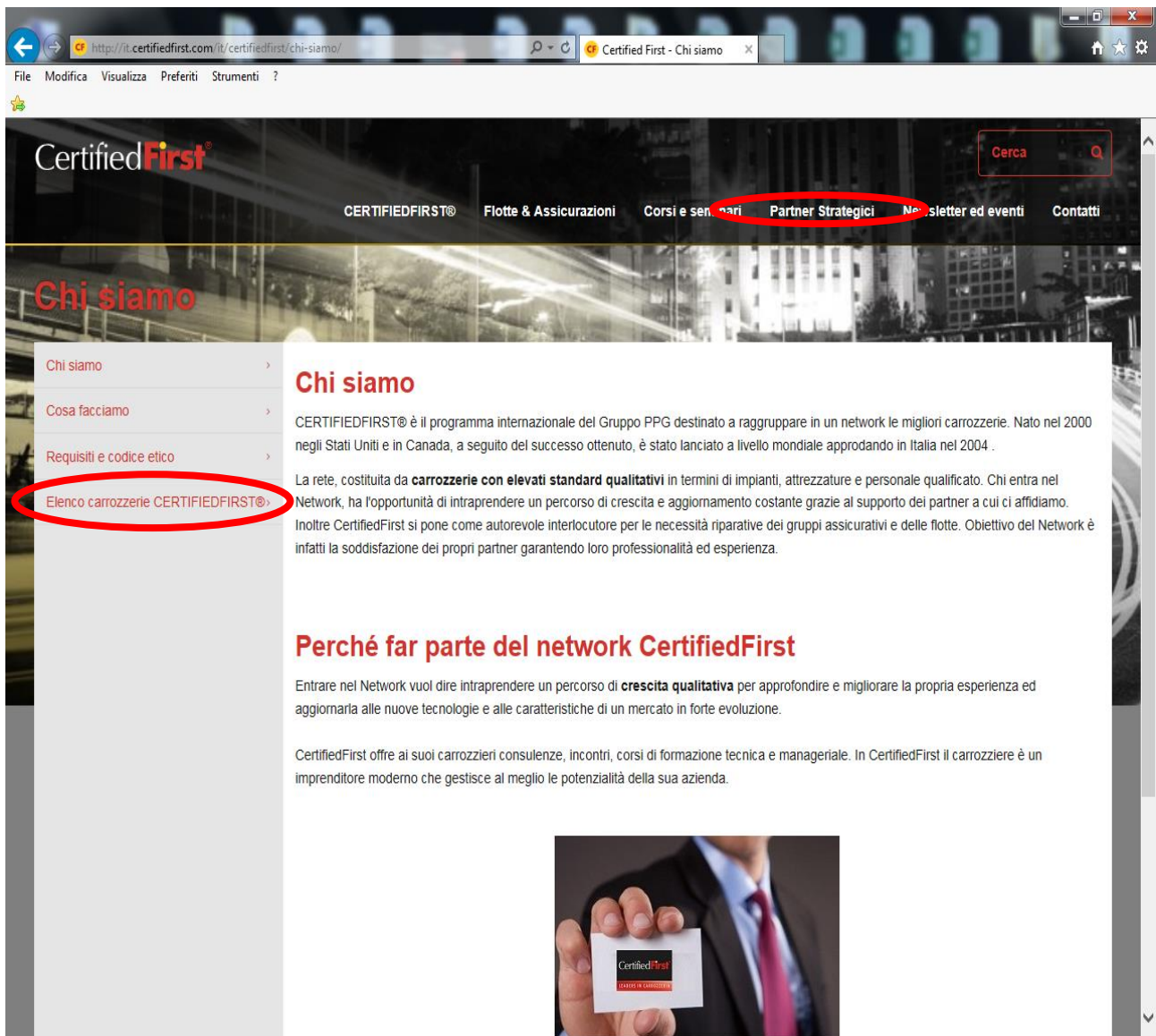


UN'UNICA TARIFFA RC AUTO IN TUTTA ITALIA – Per il momento è solo un'ipotesi, ma l'applicazione di un'unica tariffa nazionale per l'RC Auto potrebbe rappresentare per molti italiani, almeno i più virtuosi, un bel risparmio a partire dal prossimo anno. Detto in altri termini, le differenze tra le diverse regioni per quanto riguarda il premio assicurativo

potrebbero svanire. La "Tariffa Italia", di cui si discute già dal 2014, è infatti parte del DdL Concorrenza di cui abbiamo parlato sopra. L'applicazione della tariffa è prevista per chi risiede nelle regioni "con un costo medio del premio calcolato sulla base dell'anno precedente superiore alla media nazionale". Potranno beneficiarne tutti coloro che "non hanno effettuato sinistri con responsabilità esclusiva o concorrente, per un periodo pari ad almeno cinque anni, e che hanno installato la scatola nera". Si potrebbe arrivare, in alcune realtà soprattutto del Sud-Italia, ad avere quasi un dimezzamento dei costi dell'RCA. È stato calcolato, infatti, che a Napoli la polizza assicurativa potrebbe perfino dimezzarsi, con un risparmio pari anche a 383 €; a Reggio Calabria invece potrebbero essere risparmiati 257 €, contro i 166 € di cui potrebbero godere gli assicurati di bari.

(fonte: assicurazione.it)

ONLINE IL NUOVO SITO CERTIFIEDFIRST!



Ancora più visibilità per la tua carrozzeria grazie al nuovo sito internet del network **CERTIFIEDFIRST!**

- Facile da consultare
- Sempre aggiornato
- Completo di tutto

La tua carrozzeria sarà sempre nell'elenco delle CF: chiunque può trovarti in qualsiasi momento!

Visita la sezione dedicata ai "partner strategici" di CF e scopri tutti i servizi riservati agli iscritti al network!



La tua carrozzeria al centro di **CERTIFIEDFIRST** ed al centro del mercato!

I PROSSIMI APPUNTAMENTI

- **CERTIFIEDFIRST INCONTRA ASSICURAZIONI E FLOTTE**



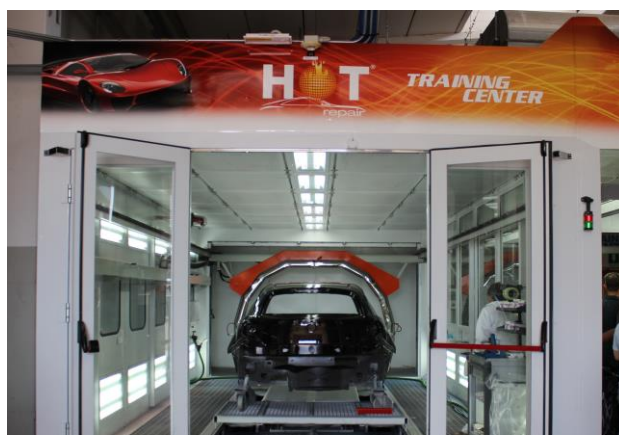
TUTTE LE CARROZZERIE DEL NETWORK **CERTIFIEDFIRST** AVRANNO L'OCCASIONE DI SEDERSI ALLO STESSO TAVOLO DI DUE DEI MAGGIORI *WORK PROVIDERS*.

- **ESCLUSIVAMENTE PER I CLIENTI CERTIFIEDFIRST!**
- Il tema dell'incontro sarà: **"CREARE BUSINESS IN CARROZZERIA"**.
- Saranno DIRETTAMENTE **ARVAL** e **GROUPAMA**, con il supporto di Claudio Mosna dello **"Studio Mosna"**, ad intervenire nelle due le giornate d'incontro previste: una a **BOLOGNA**, una a **ROMA**.



Vi stiamo inviando in questi giorni il modulo per aderire!

- **ALLA SCOPERTA DEL NUOVO "HOT REPAIR"**



NEL MESE DI NOVEMBRE TUTTE LE CARROZZERIE DEL NETWORK **CERTIFIEDFIRST** AVRANNO L'OPPORTUNITA' DI TOCCARE CON MANO IL MONDO **HOT REPAIR!**

PRESSO IL TRAINING CENTER DI LAINATE SCOPRIRETE DA VICINO QUESTA NUOVA TECNOLOGIA:
UN'OCCASIONE DA NON PERDERE!

A breve Vi invieremo i moduli per la partecipazione!

QUESTIONARIO DI SODDISFAZIONE



Per avere **maggiore (e migliore!) visibilità** agli occhi dei Vostri clienti e di quelli potenziali, è essenziale avere una buona reputazione. Come? Col **QUESTIONARIO DI SODDISFAZIONE**, gestito per Voi **GRATUITAMENTE** da **“Studio Mosna”**.

FASE 1 – RACCOLTA DATI DALLE SINGOLE CARROZZERIE

- Alla fine di ogni mese vengono raccolti da ogni singola carrozzeria l’elenco nominativo dei Clienti che saranno utilizzati per l’analisi del report CSI
- I dati raccolti saranno:
 - ✓ Nome e Cognome
 - ✓ Indirizzo
 - ✓ Modello Vettura
 - ✓ Servizio svolto
 - ✓ Numero telefonico (utile per l’indagine)
 - ✓ Indirizzo e-mail (utile per l’indagine)
 - ✓ Se cliente ‘privato’ o gestito con ‘assicurazione’
 - ✓ Dichiarazione sulla privacy

FASE 2 – INVIO DEL QUESTIONARIO

- Inviato tramite e-mail ad ogni singolo cliente, di ogni singola carrozzeria, il link per partecipare.
- Qualora il cliente non risponda entro i 12 giorni successivi all’invio, sarà eseguito un sollecito alla compilazione
- Qualora il cliente non risponda anche al sollecito di compilazione, (dopo circa 7 giorni), verrà contattato telefonicamente per una breve intervista telefonica (massimo 6 domande; telefonata media 3 minuti)

FASE 3 – REGISTRAZIONE DEI DATI

- I dati vengono registrati dal sistema in tempo reale.
- Tutte le domande complete vengono analizzate e utilizzate nella fase di reportistica

FASE 4 – ELABORAZIONE REPORTISTICA

Trimestralmente sarà eseguita una reportistica del questionario di gradimento

FASE 5 - CONSEGNA REPORT RISULTATI ALLA CARROZZERIA CF

Potranno essere consegnati diversi tipi di report:

- Report on-line per singola Carrozzeria (con accesso tramite password)
- Report cartaceo per singola Carrozzeria

Si prega di visionare i video tutorial che le sono arrivati al suo indirizzo di posta elettronica dall’account csi_cf_2015@getresponse.com

Per maggiori info, contattare: **Studiosmosna Adv** - Via Tagliamento 6 Valeggio sul Mincio (VR) info@studiosmosnaadv.eu

Buon lavoro!

dal team

CERTIFIEDFIRST



LA TUA OPINIONE È MOLTO IMPORTANTE PER NOI!

Questa newsletter nasce con l'intento di dare un ulteriore servizio di informazione ed aggiornamento alle carrozzerie appartenenti al Network CertifiedFirst®.

Per questo motivo sarebbe gradito ricevere la sua opinione a riguardo e sapere se, nelle prossime newsletter, vorreste trovare altre informazioni o ulteriori approfondimenti.

Per commenti o suggerimenti, inviare una e-mail a: durante@ppg.com