



**CertifiedFirst®**

***Il business **vincente*****

## EDITORIALE

Tornati dalla pausa estiva, chi più e chi meno è riuscito a ricaricare le batterie per affrontare questa ultima parte dell'anno.

Ma non rientriamo proprio pessimisti anche perché lievi segnali di crescita si sono visti...sempre per chi vuole vedere il bicchiere mezzo pieno.

**MERCATO AUTO.** Agosto con il turbo per il mercato automobilistico italiano. Le immatricolazioni di autovetture sono state infatti 71.576 e hanno fatto registrare un incremento del 20,12%. Il dato di agosto ha destato una certa sorpresa negli analisti dopo la crescita contenuta di luglio (+2,9%) che aveva seguito una serie fortunata di ben 17 incrementi a due cifre. E va anche segnalato che il gruppo FCA, che dal primo agosto ha aumentato i prezzi e ha annunciato una politica più attenta ai margini, cresce più del mercato (+24,11%).

**MERCATO VEICOLI COMMERCIALI.** Guardando al primo semestre dell'anno, il mercato europeo dei veicoli commerciali è cresciuto del 13,5%, per un totale di 1.170.263 nuovi veicoli. In Italia l'incremento è stato del 30,8%, in Spagna del 14%, in Francia del 12,7%, in Germania del 10,4% e in Gran Bretagna del 3,6%

**MERCATO CARROZZERIA.** Attraverso i vari incontri in tutta Italia con le carrozzerie del network CertifiedFirst, si avverte un spirito nuovo, più positivo, di intraprendenza e un interesse ancor più forte per le attività che proponiamo attraverso il network CertifiedFirst.

**SERVIZI PER IL CLIENTE FINALE.** Non dimentichiamo mai quanto sia importante – soprattutto in questo periodo – porre l'attenzione sul cliente offrendo servizi e programmi a valore aggiunto, al di là del prodotto che rimane comunque il business principale.

Con il nostro lavoro stiamo cercando di offrire un modello che persegua questo duplice obiettivo. Insieme a voi stiamo investendo risorse di tempo e di denaro per migliorare unitamente i processi, le metodologie, gli approcci ed anche gli atteggiamenti, ispirandoci sempre a principi di qualità e senza mai prescindere dai valori etici, che devono sempre fare parte del nostro DNA.

È sicuramente un percorso lungo e faticoso, ma siamo convinti che la strada intrapresa sia quella giusta, una strada che ci fa piacere percorrere insieme a voi e che, sicuramente, porterà il successo sperato.

Una **novità** che avvieremo a partire da questa newsletter. Nell'ultima pagina, troverete un test di abilità. La prima carrozzeria del network CertifiedFirst che, dopo aver letto attentamente la newsletter, risponderà in modo corretto al quiz finale inviando la propria risposta a [cfitalia@ppg.com](mailto:cfitalia@ppg.com), riceverà un omaggio che sarà recapitato presso la carrozzeria.

Buona lettura e...in bocca al lupo!

**Diego Durante**  
**Programs Specialist CertifiedFirst® & Platinum**

## IMMATRICOLAZIONI AGOSTO

Riportiamo come sempre qui di seguito le vendite delle prime dieci Case Auto.

MARCA	agosto		Var. %	Quota		gennaio – agosto		Var. %	Quota	
	2016	2015		2016	2015	2016	2015		2015	2016
FIAT	14.692	11.652	26%	20,5%	19,5%	267.228	222.559	20%	21,3%	20,8%
VOLKSWAGEN	5.287	5.062	4,4%	7,3%	8,5%	93.291	82.131	13,5%	7,4%	7,7%
FORD	4.889	4.649	5,1%	6,8%	7,8%	86.722	74.578	16,2%	6,9%	6,9%
RENAULT	3.858	3.148	22,5%	5,39%	5,2%	83.000	63.915	29,8%	6,6%	5,9%
OPEL	4.226	3.928	7,5%	5,9%	6,5%	65.429	61.342	6,6%	5,2%	5,75%
PEUGEOT	3.736	3.199	16,7%	5,2%	5,3%	64.418	57.284	12,4%	5,1%	5,3%
TOYOTA	2.609	2.315	12,7%	3,6%	3,8%	48.176	44.129	9,1%	3,8%	4,1%
LANCIA/CHRYSLER	2.477	2.525	-1,9%	3,4%	4,2%	46.202	39.185	17,9%	3,6%	3,6%
AUDI	2.339	2.195	6,5%	3,2%	3,6%	43.857	37.592	16,6%	3,5%	3,5%
CITROEN	2.741	2.172	26,2%	3,8%	3,6%	42.690	37.073	15,1%	3,4%	3,4%

## TARIFE RC AUTO

La seconda parte del 2016 promette molte novità in tema di **tariffe RC Auto**, grazie alle riforme che entreranno in vigore con l'approvazione del prossimo DdL Concorrenza, dopo i ritardi che ha accumulato negli ultimi mesi. Attualmente gli ultimi dati rilevati dall'Osservatorio di Segugio.it parlano di un prezzo medio dell'assicurazione auto che a luglio si è attestato sui **790 euro**, un valore inferiore rispetto agli oltre 800 euro registrati nel secondo semestre del 2015.

Tuttavia l'importo fa registrare un'inversione di tendenza rispetto alla prima parte dell'anno, quando la spesa per assicurare l'auto si era stabilizzata attorno ai 740 euro. Il trend al rialzo non compromette la convenienza delle tariffe che restano comunque più basse se confrontate con i premi applicati tra il 2009 e il 2015. **Stabile sui 410 euro il best price**, un valore molto lontano dai quasi 600 euro del 2011. Il calo dei prezzi sullo scorso anno può dipendere da una crescita sia del **numero di assicurati in prima classe di merito** (dal 55,77% al 57,24%) che dei guidatori virtuosi, ovvero coloro il quale non provocano sinistri da almeno 5 anni, passati dall'83,54% all'84,66%. Da non trascurare anche la **diminuzione delle percorrenze più elevate** che implica per le compagnie un minor rischio di incidenti (abbassando dunque i prezzi dell'RC Auto): si registra infatti un incremento della fascia tra i 5 e i 10 mila chilometri annui, che fa registrare un 61,99%, mentre diminuisce quella compresa tra i 10 e i 25 mila chilometri, scesa al 18% (era il 20,8%). Il secondo semestre inizia con un rialzo rispetto al 2015 della percentuale di **prime polizze richieste per l'acquisto di auto nuove**. I contratti domandati per le vetture appena immatricolate crescono dal 5,84% al 7,02%, mentre per i mezzi di seconda mano si passa dal 18,3% al 16,68%.

Per quanto riguarda le garanzie accessorie, analizzando la copertura domandata si nota **un aumento di quasi il 4% degli automobilisti che richiede il Furto e Incendio** in aggiunta all'RC base (19,48%), un fenomeno legato non solo a una maggiore tranquillità dell'utente per la sicurezza del proprio veicolo ma anche alla riduzione dei prezzi per stipulare questa formula. Piccolo incremento anche delle **polizze kasko**, che coprono tutti i danni a prescindere dalla responsabilità dell'automobilista, e minikasko, che garantiscono i soli danni causati da incidenti dimostrabili con altri veicoli, che si attestano all'1,85%.

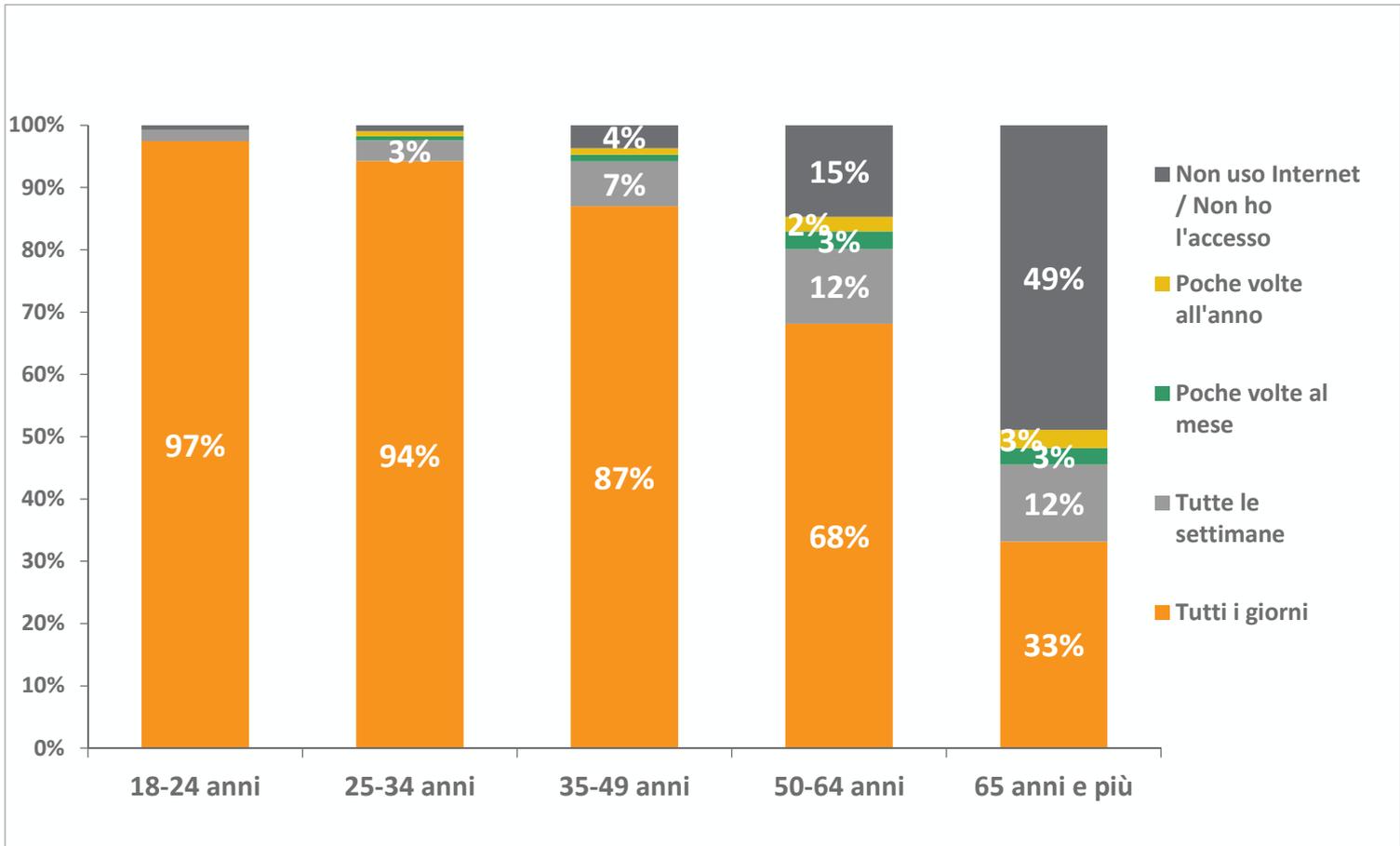
Per quanto riguarda **l'anzianità del parco circolante** si registra un rialzo del numero di vetture immatricolate da più di 6 anni (il 75,07% del totale) e una contemporanea diminuzione di quelle targate da meno di 36 mesi (scese dall'11,38% di un anno fa agli attuali 10,67%), segno che il settore dell'automotive, nonostante l'ottimo andamento delle vendite, non ha ancora raggiunto i livelli dei volumi pre-crisi.

Esaminando infine le vetture assicurate si scopre che la **tipologia di alimentazione** più diffusa sulle strade italiane è quella a gasolio con il 51,03%, contro il 41,29% delle auto a benzina. Le rilevazioni evidenziano che quasi l'8% delle auto circolanti sono costituite da vetture a basse emissioni (gpl o metano), un ottimo dato che si scontra però con la performance registrata per le nuove immatricolazioni. Le vetture ecologiche appena targate raggiungono a luglio una percentuale più bassa del 3,9% rispetto a un anno fa, dal 15,49% all'11,59%. [FONTE: Segugio.it]

## L'IMPORTANZA DI INTERNET

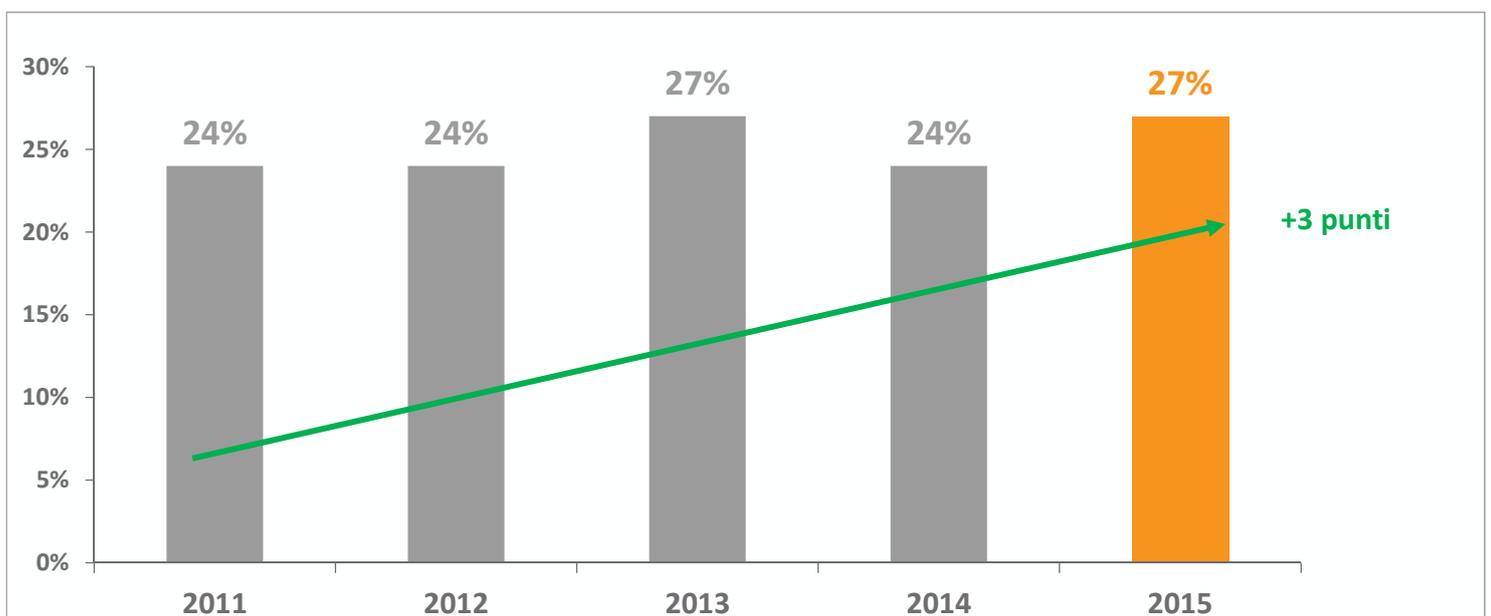
- ⇒ Internet è utilizzato praticamente da tutti gli automobilisti più giovani.
- ⇒ Sopra i 65 anni, la metà accede e utilizza Internet.

### Frequenza di utilizzo di Internet in base all'età dell'automobilista



- ⇒ L'utilizzo di Internet per motivi legati all'auto sembra aver raggiunto la sua maturità e, come tutti i fenomeni, comincia a consolidarsi attorno ad un valore preciso.

### Evoluzione dell'utilizzo di internet per motivi legati all'auto



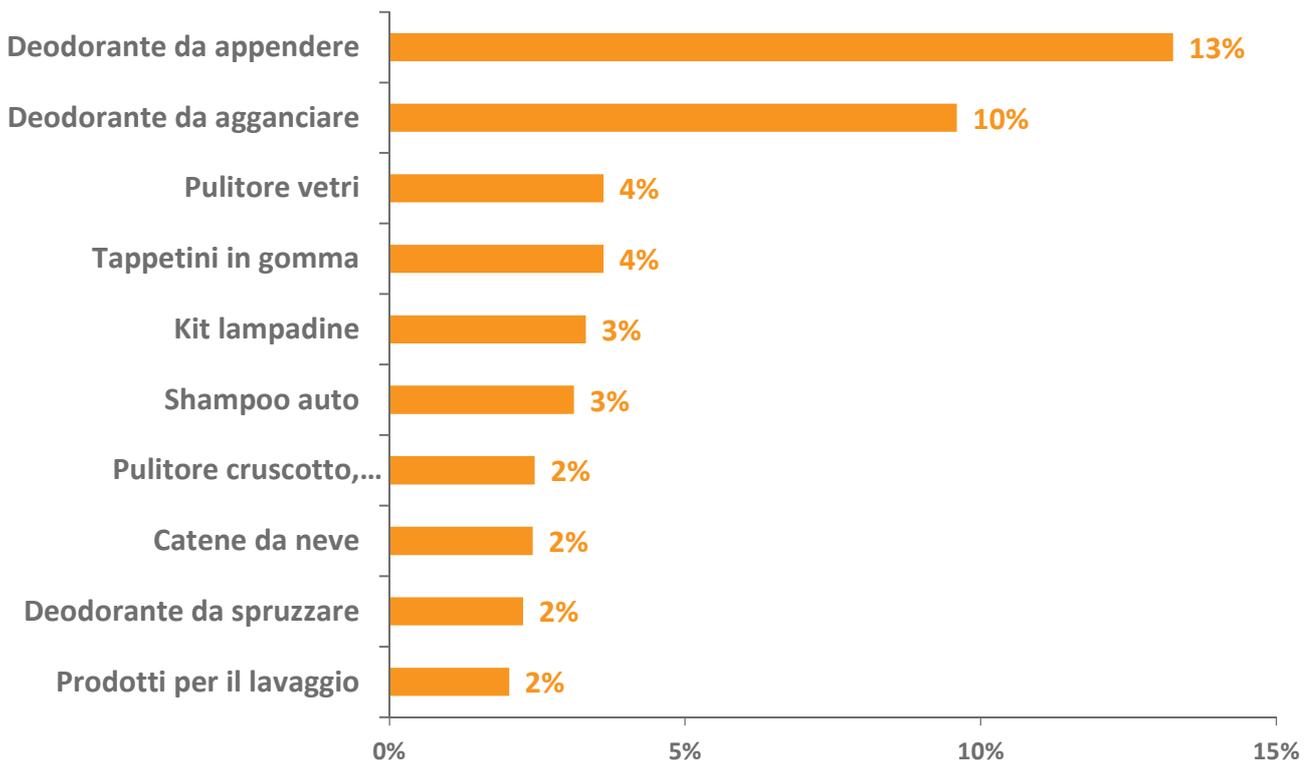
## L'IMPORTANZA DI AVERE CURA DEL CLIENTE

Avete mai pensato cosa può dare valore aggiunto alla fidelizzazione del cliente a fine riparazione? Una interessante analisi di GIPA ci presenta cosa sono i prodotti più acquistati dai clienti finali.

Perché non proporli a fine riparazione?

- ⇒ I deodoranti si confermano in cima alla lista della classifica.
- ⇒ Nella top 10 dei prodotti, 3 sono accessori e 7 sono car care.

### Tasso di acquisto dei principali prodotti



### ***SE NON TI PRENDI CURA DEL CLIENTE, IL TUO PRINCIPALE CONCORRENTE LO FARÀ PRIMA PER TE***

Grande, piccolo o medio esso sia, non importa: un buon business che si rispetti deve essere in grado di offrire un servizio alla clientela di tutto rispetto. Curare i profitti è importante tanto quanto stare dietro le richieste dei singoli consumatori, per quanto esigenti possano rivelarsi. E il motivo di questo non è difficile da intuire: un cliente soddisfatto, non solo del prodotto/servizio, ma dell'intero processo che ha portato al suo acquisto, è un cliente che non deve comunque essere dato per scontato, mai, bensì **assecondato e coccolato prima, durante e dopo**, per il bene dell'azienda stessa.

Offrire un buon servizio alla propria clientela è importante perché aiuta a incrementare la fedeltà della stessa e il budget che è disposta a spendere di volta in volta; inoltre, aumenta le probabilità che un utente **parli bene** dell'azienda a una o più persone a lui vicine e, in alcuni casi, **rende più appetibile l'azienda** se quest'ultima dimostra un buon grado di flessibilità nell'assecondare le richieste dei suoi acquirenti (dai servizi di riparazione a quelli post riparazione).

Un eccellente servizio di customer service si riconosce perché è in grado di trattare la propria clientela in maniera rispettosa, **prende nota delle opinioni rilasciate**, riesce a gestire in modo fluido e trasparente eventuali lamentele, **fa di tutto per capire i bisogni degli utenti** e si spinge oltre i propri limiti non solo per andare incontro alle richieste del singolo cliente, ma finisce addirittura per superarle, **facendo più di quanto il cliente si aspetti**.

### Ricordare sempre:

***SE NON TI PRENDI CURA DEL CLIENTE, IL TUO PRINCIPALE CONCORRENTE LO FARÀ PRIMA PER TE***

## NON DIMENTICARE

### QUESTIONARIO DI SODDISFAZIONE

**È uno strumento che ti serve per conoscere cosa pensano i clienti di te!**

Hai passato i nomi dei tuoi clienti a STUDIO MOSNA?

Basta solo inviare alla mail sotto riportata: nome, cognome e cellulare o indirizzo mail dei clienti che hanno riparato la macchina in carrozzeria negli ultimi 3 mesi

[assistenza.csi.cf@studiosmosna.it](mailto:assistenza.csi.cf@studiosmosna.it)



### GOOGLE SEO

**È uno strumento che posizionerà la tua carrozzeria in prima linea nella ricerca su Google!**

Se non hai ricevuto nessun link al questionario o non sei stato ancora contattato da STUDIO MOSNA, scrivere a

[studiosmosna@gmail.com](mailto:studiosmosna@gmail.com)



### ANALISI ECONOMICA

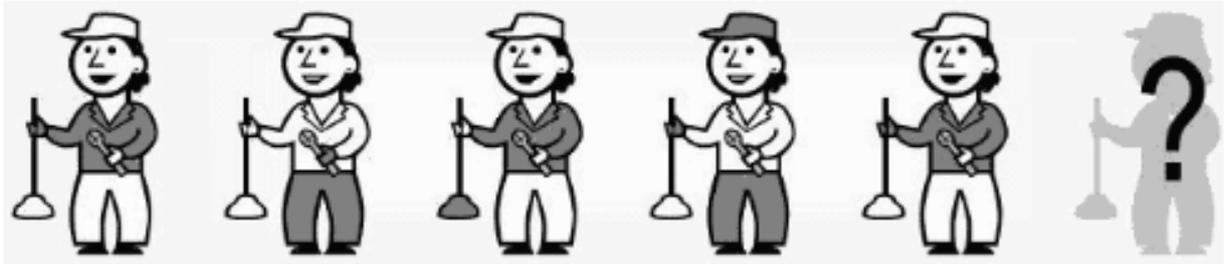
**Ti offriamo un report economico finanziario completo che mette in luce i punti di forza e le aree di miglioramento della tua attività?**

Affrettati a mandare gli ultimi dati a

[cfitalia@ppg.com](mailto:cfitalia@ppg.com)



## TESTA LE TUE ABILITÀ



Indica, tra le soluzioni proposte sotto, la figura che completa la serie sopra

A



B



C



D



E



Il primo che risponderà in modo corretto inviando la propria risposta a [cfitalia@ppg.com](mailto:cfitalia@ppg.com)

riceverà un omaggio che sarà recapitato presso la carrozzeria.

# Buon lavoro da parte del 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: [cfitalia@ppg.com](mailto:cfitalia@ppg.com)