

A meno di un anno dalla 28^a edizione di Autopromotec, la più specializzata rassegna internazionale delle attrezzature e dell'aftermarket automobilistico, in calendario dal 22 al 26 maggio 2019 presso il quartiere fieristico di Bologna, gli organizzatori hanno coinvolto rappresentanti di istituzioni, università, costruttori di veicoli, componenti e attrezzature per la seconda edizione di Autopromotec Conference – Stati Generali 2018. L'evento ha l'obiettivo di delineare gli scenari futuri che l'aftermarket automotive dovrà affrontare alla luce delle nuove esigenze di mobilità, dell'evoluzione della vita online, della tecnologia e, più in generale, dei paradigmi del futuro, irreversibili, che coinvolgeranno anche il mondo dell'auto, in tutti i suoi aspetti.

“Non siamo in cambiamento ma in metamorfosi”, spiega il sociologo **Francesco Morace**, docente di social innovation al Politecnico di Milano e presidente di Future Concept Lab. *“Questa non è un'epoca di cambiamento ma un cambiamento d'epoca”*, aggiunge poi. Autopromotec Conference 2018 ha fornito spunti interessanti, andando a sfatare alcuni falsi miti sugli impatti che la mobilità del futuro avrà sul mercato del post vendita automotive e restituendo ottimismo al mondo dell'autoriparazione. Veicoli elettrici e mobilità condivisa andranno a modificare e a ridurre il parco circolante; le automobili saranno più sicure e più complesse; avranno in generale un numero minore di componenti a causa dell'elettrificazione. Ciò nonostante, l'assistenza continuerà a esserci, anche se molto diversa da come era conosciuta fino a ieri, creando servizi a cui non si pensava anche solo nel recente passato.

Un esempio su tutti, la presenza sempre più spinta degli ADAS, che richiedono di essere calibrati dopo ogni intervento e quindi operatori specializzati. Interventi sconosciuti fino a ieri ma che rappresenteranno sempre più una grande opportunità di business. Il lavoro per l'autoriparatore, questo si evince da diversi interventi, continuerà quindi a esistere, ma con regole diverse a cui il mercato dovrà adattarsi. Del resto, non è il più forte che sopravvive, né il più intelligente, ma il più aperto al cambiamento. E qui si presenta un altro concetto ricorrente di Autopromotec Conference 2018: disruption, cioè rottura o rivoluzione creata dalla digitalizzazione. Bisogna saper creare una discontinuità rispetto al passato, riuscire a interpretare le rinnovate esigenze del cliente, ragionare con tempi reattivi decisamente più brevi, rimanere costantemente aggiornati e utilizzare lo strumento web in modo da portare l'officina e i suoi servizi dal cliente. Le officine dovranno, quindi, comunicare meglio e sviluppare siti internet e canali social efficaci, come ormai richiesto dai consumatori.

Condivisione, ecco l'altro concetto che ricorre spesso durante Autopromotec Conference 2018. Al di là della sharing mobility, che sta prendendo piede a livello globale soprattutto tra la generazione dei millennial, il mondo del post-vendita deve condividere strategie e tutti gli attori coinvolti (istituzioni, scuole e aziende) devono giocare di squadra, per creare quei

supporti formativi potenti volti a creare professionisti in grado di affrontare il nuovo mercato, senza lasciarsi travolgere dal cambiamento.

*“I messaggi che abbiamo voluto lanciare durante i due giorni di Autopromotec Conference sono che il futuro è adesso, e prevede la condivisione. Si tratta di un momento “disruptive”, che spinge a prendere decisioni in modo veloce”, commenta **Renzo Servadei**, Amministratore Delegato di Autopromotec. “Non dobbiamo avere paura del futuro, perché ci sono tante cose che probabilmente non faremo più, ma anche tanti nuovi servizi da assicurare comunque al cliente. Dobbiamo essere capaci di fare sistema, spiegando che l'uomo rimane al centro delle nostre analisi: se siamo capaci di fare questo, il valore crescerà”, aggiunge.*

“È alla luce di quanto emerso prepotentemente durante Autopromotec Conference 2018 che la fiera si riconferma come palcoscenico ideale per tutto il mondo del post-vendita”, prosegue Renzo Servadei. “Da una parte, Autopromotec offre l'opportunità unica di conoscere i prodotti e i servizi che supportano l'officina in questo salto epocale, dall'altro si offre come evento esclusivo per l'approfondimento di conoscenze e competenze tecniche sulle nuove tendenze, come momento dove gli operatori possono confrontarsi, insieme, per trasformare le sfide che il mercato presenta in rinnovate opportunità per il settore. Senza dimenticare, infine, gli appuntamenti di AutopromotecEDU, la nostra arena per l'approfondimento delle normative, delle nuove tecnologie, così come dei nuovi strumenti di marketing e comunicazione a disposizione dell'aftermarket, che con i suoi convegni rappresenta la naturale continuità di quanto discusso all'interno di Autopromotec Conference”, conclude Servadei.

© riproduzione riservata
pubblicato il 30 / 07 / 2018