



AUTODIS E XMASTER PREPARANO LE OFFICINE ALLA TRANSIZIONE

Le officine che **accelerano**

L'Energy Tour di Xmaster ha fatto tappa a Vairano (PV), dove gli autoriparatori di Autodis hanno provato sull'asfalto dell'Automotive Safety Centre (ASC) alcune delle innovazioni che ci attendono da qui al 2035. Eravamo presenti anche noi, e abbiamo intervistato **Alberto Fontana**, Division Bosch Sales Manager di Ovam

La sfida elettrico VS. endotermico proposta da Xmaster si è spostata sul tracciato dell'ASC di Vairano, dove le due diverse alimentazioni si sono confrontate in una prova di accelerazione. In questo caso, si è imposta la vettura elettrica, che ha battuto nettamente la sua controparte endotermica. Ma gli obiettivi del tour promosso da Autodis e Xmaster vanno oltre questo paragone: lo scopo ultimo, infatti, è quello di preparare i meccanici alla transizione, fornendo loro le informazioni necessarie sugli strumenti, le attrezzature, le competenze e la formazione necessari per garantire un futuro di successo alla propria attività.

Ne abbiamo parlato con Alberto Fontana, Division Bosch Sales Manager di Ovam, che si occupa della gestione dei network messi a disposizione dei clienti ricambisti del Gruppo.

Buongiorno Alberto, avete in gestione diversi network. Cosa ci puoi dire a riguardo?

In questo momento siamo concentrati sui network del Gruppo, AD Service e G Service. Ad oggi il Gruppo Ovam ha targato circa 150/160 officine, e ci aspettiamo che il numero continuerà a crescere. I traguardi che ci siamo posti sono ambiziosi: la direzione di Autodis Italia ha ma-

nifestato l'obiettivo di raggiungere le 2.000 officine in tutto il paese, oggi siamo a circa 1.000 ed entro il 2025 raggiungeremo il nostro scopo.

La formazione è un'attività fondamentale per l'autoriparatore. Credi che le officine percepiscano questa necessità?

Cerchiamo delle officine che abbiano la volontà e il desiderio di crescere. La formazione è molto importante: il mercato dell'auto sta cambiando, in questo momento molto più velocemente di quanto si possa pensare. Proprio per questo i miei colleghi dell'assistenza si occupano della formazione. Anche se devo dire che, quando andiamo a programmare dei corsi, frequentemente troviamo difficoltà a far partecipare il 100% delle officine che fanno parte dei nostri network.

Per quanto riguarda il mercato in generale, come vedi il futuro dell'officina?

Per quanto riguarda il settore dell'autoriparazione, stiamo notando che le case auto si stanno staccando dalle officine che erano all'interno delle loro reti ufficiali. In genere, si tratta di aziende già abbastanza preparate che ora sono alla ricerca di un nuovo network, di un'appartenenza a qualcosa di diverso che non sia la casa auto. Noi siamo a disposizione per aiutare queste officine.

Quali sono i valori che Xmaster può offrire a un centro di riparazione?

Sono tantissimi, a partire dal fatto che abbiamo un team altamente preparato, composto da persone attente e competenti. Potrei definirli come dei consulenti: il loro ruolo si sta spostando in quella direzione, non si limitano certo alla vendita di attrezzatura o all'erogazione di corsi di formazione. Riceviamo parecchie richieste di consulenza, perché capita che l'autoriparatore incontri delle difficoltà nella sua attività, quindi noi abbiamo creato una linea per dare le risposte alle domande che ci vengono fatte.



Ampliando il discorso anche al rapporto che avete con le altre reti, quante e quali sono le officine gestite da Ovam?

Oggi gestiamo anche delle officine che appartengono ai due network Bosch. I numeri aggiornati indicano che, tramite i nostri ricambisti, ci occupiamo di circa 450 officine, siamo sempre in crescita e pensiamo di arrivare entro fine dell'anno, come Gruppo Ovam, a 500 officine. Naturalmente, mettiamo a disposizione delle persone che le seguono: non sono dei promoter, ma comunicano il messaggio aziendale sulle novità e sulle nostre attività, anche a livello di marketing, per far conoscere i nostri network sul territorio.

E cosa ci puoi dire del servizio di Ovam?

Il servizio di Ovam, a parte i miei colleghi di Xmaster che si occupano principalmente di formazione e di fornire informazioni riguardanti l'acquisto e la vendita di strumenti e attrezzature, fornisce collaboratori (chiamati "Partner" se seguono i network Bosch, "Store AD" se seguono le officine AD) che fungono da supporto per fare recruiting di nuove strutture sul territorio. Al momento, un team

di 8 persone si dedica esclusivamente a visitare costantemente le officine (riteniamo sia necessario andare a trovarle almeno una volta al mese) per dare suggerimenti, per consigliare e per informare sulle nostre proposte di marketing finalizzate a farle conoscere dagli automobilisti, loro possibili clienti.

Chiudiamo con una domanda relativa all'impegno che voi come Autodis e come Ovam garantirete ai vostri clienti nei prossimi anni. Che cosa non mancherà da parte vostra?

Come parte di Autodis e di Ovam, vogliamo riuscire a trasmettere un senso di appartenenza. Oggi alcune officine ci chiedono soltanto un'insegna esterna: si accontentano di questo, non percependo che all'interno della nostra offerta c'è un supporto che va ben oltre. Il messaggio che mando ai miei colleghi che si occupano delle visite di persona alle strutture è quello di portare sempre i contenuti più importanti che abbiamo all'interno del network, e che possiamo offrire agli autoriparatori. Abbiamo alle spalle una struttura del marketing molto presente e destinata a crescere ancora, con tanti progetti, idee e passione.



Alberto Fontana, Division Bosch Sales Manager di Ovam