LA CONVENTION AD SERVICE E G SERVICE GUARDA ALL'EVOLUZIONE DELL'OFFICINA

"Futuro in Rete - Level Up": con questo motto Autodis Italia ha riunito a Castellaneta Marina, in Puglia, le officine dei network AD Service e G Service per presentare strategie, servizi e strumenti a supporto dell'autoriparatore.

Sabrina Alsido

È stata la relazione con le officine e l'evoluzione delle loro esigenze il filo conduttore dell'evento incentive organizzato da Autodis Italia dal 13 al 19 settembre al Blu Serena Valentino Resort di Castellaneta Marina (TA), in Puglia, nell'ambito dell'incentive dedicato alle officine AD Service e G Service. Un appuntamento che ha alternato momenti di networking con i fornitori partner, attività dedicate ai partecipanti e una serie di interventi focalizzati sui servizi e sugli strumenti messi a disposizione delle officine della rete.
Il cuore dell'evento ha avuto luogo in particolare nelle serate del 15 e del 17 settembre, con le due convention rivolte rispettivamente ai clienti del Nord e del Centro e Sud Italia.
Il filo conduttore della serata è stato il claim *"Futuro in Rete - Level Up"*, un invito a tutti i presenti a migliorarsi sempre, salendo di livello e contando sul sostegno e la forza del gruppo alle spalle del network.
Ad aprire i lavori del 15 settembre è stato Paolo Morfino, CEO di Autodis Italia, che ha ringraziato innanzitutto le officine per il tempo dedicato all'evento e i fornitori partner, sottolineando come la loro presenza sia una componente fondamentale per costruire iniziative di questo tipo.
Cinque sono stati i valori fondamentali ribaditi dal CEO nel corso della convention: benevolenza, impegno, umiltà, esigenza e spirito di gruppo; una sola, invece, la mission dell'aftermarket indipendente: garantire agli automobilisti una mobilità sicura ed economicamente accessibile. Un obiettivo che, secondo Morfino, può essere perseguito soltanto attraverso la collaborazione tra tutti gli attori della filiera aftermarket.
Una parte dell'intervento di Morfino è stata dedicata all'analisi dell'evoluzione del parco circolante italiano e alle conseguenze che questa trasformazione avrà per le officine. I dati GiPA 2026 proiettati prevedono per il 2030 un forte calo delle motorizzazioni diesel circolanti, nel segmento tra i 4 e i 15 anni dall'immatricolazione, e un deciso aumento delle alimentazioni ibride HEV, MHEV e PHEV (da meno di un milione di unità nel 2026 a oltre 4 nel 2030) sempre nel segmento tra i 4 e i 15 anni.
Per gli autoriparatori, il messaggio è quindi quello di prepararsi a intervenire su un parco sempre più diversificato.
L'obiettivo indicato da Autodis è consentire all'officina indipendente di ampliare le proprie capacità di intervento, evitando che l'evoluzione tecnologica spinga il cliente verso la rete ufficiale semplicemente per la mancanza di competenze o attrezzature adeguate.



Paolo Morfino, CEO di Autodis Italia.



Eleonora Simeone, responsabile Marketing & Communication di Autodis Italia.



Private label e attrezzatura: il progetto Xenergy

Sul fronte dei prodotti a marchio privato è intervenuto Giovanni De Luca, Area Manager Xenergy per il Centro-Nord Italia, illustrando l'evoluzione del progetto e le attività sviluppate per rafforzarne la presenza presso le officine.
L'intervento ha toccato l'ampliamento della gamma, presente in tutti i cataloghi e portali, le innovazioni nel packaging, e la ricerca di testimonial come il pilota Francesco Savoia a rafforzamento della brand awareness.

Il marketing parte prima dell'ingresso in officina

Eleonora Simeone, responsabile Marketing & Communication di Autodis Italia, ha invece affrontato il tema della comunicazione e del rapporto tra officina e automobilista, partendo da una considerazione: la scelta dell'autoriparatore non avviene necessariamente nel momento in cui il cliente entra fisicamente in officina.



L'immagine della struttura, l'abbigliamento del personale, la presenza di attestati e certificazioni, la comunicazione online, sui social network e le recensioni contribuiscono infatti a costruire una percezione dell'officina prima ancora che venga effettuato il primo intervento e al di là della reale capacità tecnica.

L'obiettivo delle attività di marketing sviluppate da Autodis è quindi lavorare sulla percezione dell'officina e sulla sua capacità di comunicare professionalità e affidabilità. A questo proposito viene annunciata la prima novità della serata: nel 2027 sarà possibile acquisire un attestato rilasciato da Quattroruote Professional, un brand di sicuro richiamo, ed esporre in autofficina un adesivo ottenibile attraverso un percorso valutativo al quale gli operatori potranno accedere direttamente dal portale CRM del circuito.

Annunciata anche la conferma del format televisivo "Officine da Urlo", iniziativa di grande successo che continuerà anche per il 2027 e che punta a raccontare e valorizzare le caratteristiche delle officine della rete: le officine protagoniste rappresentano un marchio, la forza delle parole ricade su tutte le altre.

Un nuovo CRM e nuovi strumenti per la rete

Tra gli strumenti operativi presentati durante la convention da Eleonora Simeone c'è il nuovo CRM, disponibile da fine settembre.

La nuova interfaccia è stata progettata con particolare attenzione all'utilizzo da smartphone e riunisce nella homepage le principali funzioni, comprese le comunicazioni e le scadenze.

Tra le novità figurano la possibilità di firmare i contratti attraverso DocuSign, la gestione dei ticket aperti e un sistema che consente di cercare, creare attività e contattare il supporto attraverso un'unica interfaccia.

È stato inoltre presentato un nuovo percorso formativo dedicato ai ricambisti, sviluppato in collaborazione con Tekné e Bista, con l'obiettivo di affrontare la gestione del negozio di ricambi partendo da situazioni concrete.

Il percorso avrà una durata triennale con quattro appuntamenti all'anno, con moduli dedicati non soltanto alla gestione del margine, ma anche alla relazione con il cliente e alla gestione delle situazioni di stress, attraverso esercitazioni e role-play.

Isotech e la formazione

Un altro capitolo ha riguardato Isotech, il private label di Autodis Italia dedicato alle attrezzature: Luca Lanzanova, responsabile commerciale Xmaster per il Nord e Centro Italia, ha spiegato come il cambiamento delle officine renda necessario anche un aggiornamento degli strumenti con cui viene fornita assistenza.

La gamma Isotech comprende, tra gli altri prodotti, sollevatori, equilibratrici, attrezzature per la carrozzeria, arredamento per officina e utensileria. Un elemento sottolineato durante la presentazione è stato il rapporto diretto con i produttori e la possibilità di sviluppare l'offerta partendo dalle esigenze raccolte sul mercato.

Un altro dei temi centrali della convention è stato poi quello della formazione. Attraverso Grup Eina, Autodis ha presentato un modello di assistenza tecnica che punta a seguire l'officina lungo il processo di riparazione, dalla diagnosi iniziale alla risoluzione del problema.



A rinforzare il valore della formazione, da quest'anno, per gli associati dei network, la fee comprenderà anche la possibilità di scegliere un corso tecnico tra quelli messi a disposizione.

Servizi tecnici e gestionali

A conclusione della serata Antonio Rosato, Area Manager Network Officine per il Centro Italia, ha sottolineato il ruolo fondamentale degli RNS (Responsabili Network Servizi) nel rapporto diretto con le officine. Tra le novità annunciate, oltre alla distribuzione di un nuovo kit di abbigliamento blu scuro offerto per la partecipazione ai corsi di formazione, l'accordo con Car Lock Systems, azienda specializzata nei duplicati chiavi con disponibilità su 60 marchi. Sarà possibile chiedere il duplicato direttamente dal gestionale delle officine, individuando il prodotto con targa o telaio, o anche solamente con la foto della chiave; il prodotto avrà una garanzia di 3 anni. Per le chiavi delle auto più recenti sarà comunque disponibile l'assistenza in remoto da parte di Grup Eina.

La convention si è chiusa con il messaggio che sintetizza il posizionamento dei network AD Service e G Service: "Al tuo fianco in ogni viaggio". Un concetto che, nel corso dei diversi interventi, è stato declinato soprattutto attraverso servizi, formazione, assistenza tecnica e strumenti pensati per accompagnare l'officina indipendente nell'evoluzione del mercato.