

Dopo aver illustrato la propria visione di futuro del settore automotive nella conferenza stampa di avvio di Autopromotec, **Continental Italia riunisce la propria rete di rivenditori TAC e BestDrive** per illustrare lo scenario attuale e le prospettive future del canale rivendita. In questa importante occasione di incontro, il gruppo lancia il nuovo corso della rivendita che porta alla nascita di una rete nazionale con un'unica insegna: BestDrive.

*“Il mercato sta cambiando molto velocemente – dichiara **Alessandro De Martino, amministratore delegato di Continental Italia** – ed è necessario che il trade evolva. Lo scenario che vediamo per i prossimi anni è così connotato: i clienti – da sempre al centro della nostra strategia – saranno ancora più in grado di fare la differenza. L’80% di loro – già oggi – è disposto a riconoscere un prezzo più elevato a fronte di un servizio di qualità e di un’ottimale customer experience. Per contro, la stessa percentuale si dichiara disposta a cambiare rivenditore a fronte di un’esperienza negativa e le critiche trovano nei social uno strumento di comunicazione efficiente. A questo si unisce il cambiamento in atto relativo alla crescita delle flotte che – con lo sviluppo del noleggio a lungo termine – richiede qualità, tempestività e precisione negli interventi. A livello di mercato stiamo assistendo ad una rapidissima concentrazione del canale della distribuzione e, contemporaneamente, all’arrivo in Italia di nuovi player che si presentano al cliente con nuove insegne che fanno aumentare la competitività e crescere il livello della proposta al cliente. Ma non è solo questo. C’è una sfida di modello di business, che per la rivendita va pensato in modo nuovo, c’è una tecnologia dell’automotive che presto arriverà alla meccanica predittiva unita ad un’elettronica che richiede aggiornamenti professionali continui. Tutto questo ricade sulle spalle di un imprenditore che deve evolvere compiendo un salto di qualità, rimanendo però autonomo nelle scelte che riguardano la sua azienda, che deve necessariamente far parte di un sistema evoluto e competitivo. Siamo convinti che sia oggi il momento di compiere una svolta netta e fare un passo deciso verso il futuro. Chi non saprà cogliere questa sfida rischierà di uscire dal mercato. Con BestDrive, da oggi insegna a livello nazionale, siamo certi di avere messo a punto una formula vincente.”*



Ecco quindi che la formula BestDrive evolve in un rinnovato pacchetto di condizioni commerciali, portafoglio prodotti, consulenza, formazione, marketing, opportunità di business e visibilità a livello nazionale.

 *“L’insegna nazionale – spiega **Dario De Vito Business Development Manager BestDrive** – ci consentirà di sviluppare progettualità concentrando su BestDrive tutti gli*

sforzi necessari per essere un punto di riferimento per l'imprenditore che vuole aggiornare il suo punto di vendita in coerenza con i cambiamenti in atto nel mercato. Le nuove formule contrattuali ci permetteranno di migliorare tutti gli aspetti della nostra relazione con gli imprenditori, offrendo loro una soluzione flessibile in grado di adattarsi al meglio alle esigenze di ciascuno. Abbiamo imparato negli anni come gli imprenditori siano diversi tra loro per caratteristiche e approccio e, anche se tutti hanno il desiderio di crescere e la voglia di mettersi in gioco, è importante essere flessibili per comprenderne al meglio i bisogni. Dal 2018 lavoreremo per coinvolgerli attivamente nello sviluppo del futuro della rete, essendo ben consci che oggi, per il cliente finale, conta sempre di più l'esperienza positiva di acquisto. Riteniamo che il nostro modello sia in grado di garantire all'imprenditore la necessaria autonomia gestionale e gli permetta, al tempo stesso, di sviluppare il business, allargando la propria offerta di prodotti e servizi, in partnership con un grande gruppo come Continental, protagonista dell'automotive del futuro".



© riproduzione riservata
pubblicato il 29 / 05 / 2017