

L'intelligenza artificiale sta diventando un tassello fondamentale anche nell'automotive aftermarket, trasformando le soluzioni digitali da semplici strumenti operativi a veri e propri alleati strategici. Se in passato le piattaforme digitali erano utilizzate principalmente per la gestione delle riparazioni, dei ricambi o delle scadenze tecniche, oggi l'AI permette di estendere il raggio d'azione fino alla relazione con il cliente e alla sua fidelizzazione.

## **Un settore in evoluzione**

Il mercato dell'aftermarket si trova ad affrontare sfide inedite: l'aumento della complessità tecnologica dei veicoli, l'avanzata della mobilità elettrica, la crescente pressione competitiva tra indipendenti e reti ufficiali. In questo scenario, non basta più garantire un intervento rapido ed efficace: la capacità di mantenere il cliente nel tempo diventa un elemento cruciale per la sostenibilità economica di officine, gommisti e ricambisti.

## **Il valore dei dati**

Qui entra in gioco l'intelligenza artificiale. Analizzando i dati storici di manutenzione e di acquisto, gli algoritmi possono prevedere scadenze e bisogni futuri, suggerendo interventi preventivi o comunicazioni personalizzate. Dal cambio gomme stagionale al richiamo per un controllo sicurezza, fino alla manutenzione programmata: ogni interazione diventa occasione per consolidare la relazione con l'automobilista.

## **Oltre la riparazione: la fidelizzazione**

Tra le soluzioni già disponibili, Atelio Fid di Infopro Digital Automotive rappresenta un caso concreto di applicazione dell'AI alla fidelizzazione: strumenti che segmentano i clienti, automatizzano promemoria e newsletter, stimano il rischio di abbandono e supportano l'operatore nell'intervento al momento giusto. In un contesto in cui l'acquisizione di nuovi clienti è costosa e complessa, il marketing predittivo basato su AI si sta affermando come uno degli strumenti più efficaci per garantire continuità .

## **Opportunità e sfide per l'aftermarket**

I benefici sono evidenti: l'efficienza operativa cresce grazie alla riduzione delle attività manuali e alla diminuzione dei margini di errore; la relazione con il cliente si rafforza attraverso comunicazioni mirate e coerenti con le sue abitudini; la competitività, infine, aumenta grazie a una maggiore capacità di differenziarsi in un mercato sempre più saturo.

## **Una trasformazione strategica**

L'intelligenza artificiale nell'automotive aftermarket non è fantascienza né un semplice strumento tecnologico, ma una trasformazione strategica già in atto. Non sostituisce la competenza tecnica dei professionisti, ma la potenzia, rendendo le aziende più efficienti e più vicine ai clienti. In un settore sempre più competitivo, la differenza si gioca anche sulla capacità di costruire e mantenere relazioni di fiducia durature.