



Ceccato

PASSIONE DI FAMIGLIA

Pianificazione, servizi a 360° e attenzione al post-vendita per **fidelizzare i clienti**: queste le armi con cui il **Gruppo Ceccato** affronta le sfide di un mercato sempre più competitivo. Partendo da un grande amore per l'auto, trasmesso dall'ex rallysta **Pino** ai figli **Antonella**, **Lorenzo** e **Massimo**

di Arianna Garavaglia



Una passione di famiglia, quella per le auto, cominciata oltre 60 anni fa. È nel lontano 1949, infatti, che il Gruppo Ceccato inizia la sua avventura nel settore dell'automotive.

Nel 1955, poi, l'azienda diventa officina autorizzata Fiat e, nel 1962, ottiene la nomina a commissionaria Fiat. Oggi il Gruppo Ceccato è una realtà articolata: 18 strutture dislocate in Veneto, 400 collaboratori, 18mila veicoli venduti nel 2010 per un fatturato di oltre 250 milioni di euro. Il tutto gestito dall'ex rallysta Pino Ceccato e dai figli Antonella, Lorenzo e Massimo. Attualmente il Gruppo, pur mantenendo un legame speciale con Fiat, commercializza anche Iveco, Alfa Romeo, Lancia, Fiat Professional, Abarth, Honda, Mitsubishi, Piaggio VTL e Tata. Per conoscerne più da vicino la realtà, abbiamo intervistato **Antonella Ceccato**, amministratore delegato delle due concessionarie Iveco.

Come valuta questo particolare momento del mercato e come lo sta gestendo il vostro Gruppo?

"Per fortuna, noi siamo in espansione. Ma per mantenere questo trend è fondamentale pianificare a breve e a medio-lungo periodo. Ogni anno definiamo il budget per ciascuna concessionaria e monitoriamo l'avanzamento e gli scostamenti rispetto agli obiettivi prefissati. Analizziamo le cause e prendiamo in fretta le decisioni, così da ovviare a eventuali criticità che si presentino lungo il percorso. Oggi fare il concessionario è davvero difficile: il settore è sempre meno profittevole e il mercato si presenta molto competitivo. La nostra categoria è l'anello debole della catena: tra il cliente che ha l'obiettivo di acquistare prodotti-servizi eccellenti spendendo pochissimo, e la Casa madre concentrata a raggiungere i propri obiettivi di breve periodo, anche a scapito della redditività dei dealer e della loro sopravvivenza nel tempo. Per questo crediamo che, per fare questo lavoro, ci voglia davvero una grande passione".

Quali servizi offrite ai clienti?

"Oltre alla vendita della vettura, il nostro Gruppo offre un pacchetto completo di servizi che vanno dai finanziamenti, alle assicurazioni, al noleggio, all'assistenza post-vendita a 360°. Tutto questo in aggiunta alla tradizionale riparazione e manutenzione, servizio di revisione, di carrozzeria e di cambio pneumatici. Un altro elemento fondamentale è la formazione dei nostri venditori, che devono essere sempre più 'consiglieri di fiducia' del cliente. Per questo è importante che siano ben preparati sul prodotto, sugli allestimenti, sulla fiscalità, sulle normative. Chi si occupa di veicoli commerciali e industriali, poi, deve stare sul territorio. Ogni venditore esterno è responsabile di una determinata zona ed è dotato

degli strumenti per poter gestire al meglio il suo portafoglio clienti già acquisiti e potenziali".

Oggi il cliente è sempre più esigente: come si riesce a fidelizzarlo?

"Consideriamo l'assistenza post-vendita il principale strumento di fidelizzazione dei clienti: per loro dobbiamo sempre essere il punto di riferimento, dal momento della consegna della vettura in poi. Da noi devono trovare le soluzioni per ogni loro esigenza legata alla mobilità: assistenza, revisioni, carrozzeria, gestione di eventuali sinistri, eventuale permuta dell'auto usata, gestione di pratiche automobilistiche, noleggio a breve e a lungo termine. Un'altra scelta molto importante è stata quella di aprire, nel 2007, l'outlet dell'usato, il primo di questo tipo in tutta Italia. Ora siamo arrivati a quota tre. Questo ci ha consentito di incrementare nel 2010 le vendite di vetture usate rispetto al 2009: un successo, visto il crollo registrato nello stesso periodo dal mercato nel suo insieme. Si tratta di una formula d'acquisto innovativa, con prezzi di massima convenienza per tutti coloro che cercano un'auto usata o km zero, selezionata e garantita".

Quali interventi legislativi, a suo parere, potrebbero davvero aiutare il settore dell'auto?

"Penso soprattutto a due iniziative. Per prima cosa il Governo dovrebbe alleggerire il carico fiscale e diminuire gli adempimenti e le formalità relativi al settore auto, allineandosi alle norme europee. Poi andrebbero incentivati i veicoli a basso impatto ambientale. Gli interventi legislativi dovrebbero mirare a favorire il ricambio delle auto vecchie e inquinanti che circolano ancora sulle strade italiane e supportare le vendite di veicoli ecologici. Credo che in questo modo si sosterebbe davvero il nostro settore".

E quali sono, invece, le prospettive per i concessionari?

"È ancora in atto una 'selezione naturale' tra i dealer. Ritengo che in futuro si faranno sempre più strada i grandi gruppi, a patto che siano veloci e ben organizzati. Veloci nell'arrivare per primi dal cliente, nel servirlo e nell'essere innovativi. Ben organizzati per avere un efficiente controllo di gestione, con processi snelli, sistemi informativi all'avanguardia e un personale altamente professionale".



L'assistenza post-vendita è il principale strumento di fidelizzazione dei clienti: dobbiamo sempre essere il loro punto di riferimento, dal momento della consegna della vettura in poi



Massimo, Lorenzo, Pino e Antonella Ceccato.