

Nei giorni scorsi il ceo di Ford, Jim Farley, ha annunciato che l'azienda americana, con il passaggio alle auto elettriche, passerà ad un sistema di vendita solo online e a prezzo fisso, senza sconti. Già questa, basterebbe, per essere considerata una rivoluzione. Non possiamo, però, fare a meno di domandarci cosa succederà ai concessionari, che saranno costretti a cambiare modello di business, e all'assistenza automotive in generale.

Farley ha annunciato questi epocali cambiamenti alla **37esima edizione della Strategic Decisions Conference** - organizzata dalla Bernstein, principale agenzia di ricerca e brokeraggio per Wall Street. Non ha dato orizzonti temporali, ma ha detto che *"i nostri concessionari saranno molto diversi da quelli di oggi, la loro attività cambierà molto"*.

"In futuro i rivenditori non avranno alcun inventario di auto in pronta consegna e i veicoli verranno invece spediti direttamente all'acquirente o al massimo con il ritiro in un nostro negozio. Dobbiamo andare sul mercato a un prezzo non negoziabile, e dobbiamo farlo per avvicinarci ai margini di profitto che ha Tesla, che ha dichiarato di guadagnare 15.000 dollari da ogni vettura. Ford potrà ricavare anche 2.000 dollari da ogni esemplare elettrico, se cambiamo mentalità."

E i concessionari?

E' chiaro che questo colpirà direttamente la rete vendita. Anche in questo caso, Farley è stato più che chiaro: *"Sarà un cambiamento brutale rispetto a oggi, ma non ci sono alternative. Penso che possano farcela."*

L'esempio anche in questo caso è Tesla, che non ha punti vendita diretti negli Usa ma "negozi" che curano soprattutto la customer satisfaction. *"Il nostro modello è incasinato. Spendiamo 600 o 700 dollari in media su ciascun veicolo per promuoverlo e non investiamo nulla dopo la garanzia per l'esperienza del cliente"*.

Questo cambiamento di direzione, secondo Farley, non porterà all'estinzione dei concessionari, ma li farà cambiare. Dovranno vendere servizi dedicati alla soddisfazione post vendita del cliente e occuparsi della manutenzione, che comunque sarà minore sulle auto elettriche rispetto alle tradizionali.

Concorrenza spietata nell'assistenza automotive

Se il business principale dei concessionari non sarà più la vendita, è chiaro che, ancora più di oggi, si butteranno su assistenza e manutenzione. Non avranno semplicemente scelta. Questo alzerà ulteriormente il livello di concorrenza nel settore, con meccanici e gommisti

che si troveranno a competere ancor di più con i concessionari per i tagliandi, la manutenzione, le revisioni e i cambi gomme.

Molto probabilmente questo porterà ad una ulteriore riduzione del numero di officine esistenti, già calato negli ultimi anni. Senza considerare, inoltre, le mosse che le case produttrici di pneumatici stanno facendo verso la vendita diretta online: tutti, chi più chi meno, hanno capito che la vendita online è un buon modo per tenersi i margini in casa.

Farley ha anche affermato di aspettarsi un consolidamento tra concessionari, fornitori e Case automobilistiche man mano che l'industria andrà verso i veicoli elettrici. Accadrà la stessa cosa anche per i meccanici e i gommisti?

© riproduzione riservata pubblicato il 8 / 06 / 2022