

Una recente ricerca promossa da Castrol ha riscontrato che vi sono opportunità significative per rendere le autofficine più inclusive, a partire dal primo incontro con il cliente fino al servizio post-vendita.

Lo studio Castrol, intitolato *“Il percorso verso l'inclusività in officina”*, si concentra sulle percezioni e sull'esperienza delle persone nei confronti delle officine indipendenti ed è il primo di una serie di studi che analizzano in che modo le officine possono migliorare il proprio approccio all'inclusività.

Questo primo studio è stato realizzato in sette mercati- Cina, Germania, India, Malesia, Polonia, Thailandia e Stati Uniti- e si è focalizzato in particolar modo sull'esperienza delle donne nelle officine, individuando cinque iniziative che i proprietari delle officine possono prendere in considerazione al fine di creare un ambiente più inclusivo e, contestualmente, coinvolgere una clientela più ampia.

1. Arrivo in officina: assicurarsi che le clienti e i clienti si sentano a proprio agio fin da subito mettendo a disposizione un parcheggio riservato e una segnaletica chiara.

2. Ingresso in officina: disporre di un'area destinata all'accoglienza piacevole, accessibile, pulita e ben illuminata.

3. Riparazione del veicolo: instaurare un rapporto di fiducia con la clientela attraverso una comunicazione dai toni rispettosi e dai prezzi trasparenti.

4. Attesa del veicolo: creare un ambiente confortevole e dotato di servizi che risulti separato dallo spazio operativo dell'officina.

5. Servizio Post-vendita: comunicare con il cliente sia durante sia dopo l'intervento effettuato fornendo dettagli e informazioni utili circa eventuali ulteriori servizi aggiuntivi per fidelizzare la clientela

In generale, il messaggio emerso dallo studio è stato eloquente indipendentemente dalla cultura e dalle aree geografiche: i clienti, in particolare in questo caso le donne, sono alla ricerca di un servizio di alta qualità, professionale e affidabile.

Nicola Buck, Chief Marketing Officer di Castrol, ha affermato: *“La nostra serie di ricerche intitolata ‘Il percorso verso l'inclusività in officina’ è un altro concreto passo in avanti verso questa direzione. In questa prima ricerca sono state analizzate le esperienze e le aspettative delle clienti donne. Sulla base di questi risultati abbiamo identificato in che modo le officine*

possano adattare la propria offerta per diventare più inclusive. Sebbene in quest'ambito ci sia ancora molto da fare, sia per la rete a marchio Castrol sia per il resto del settore, crediamo che questo studio contribuisca a migliorare l'esperienza di tutti i nostri clienti, donne e uomini, e che possa creare nuove opportunità per le officine."

Come supportiamo le officine a intraprendere il percorso verso l'inclusività

Per aiutare le officine a mettere in pratica un approccio più inclusivo, Castrol ha sviluppato un programma di micro-apprendimento suddiviso in cinque parti. L'iniziativa sarà supportata da documentazione cartacea e digitale per rafforzare la formazione sul tema, oltre che da comunicazioni ai consumatori per dimostrare l'impegno dell'officina a garantire un servizio clienti di qualità.

Per ulteriori informazioni (in lingua inglese) clicca [qui](#)

© riproduzione riservata pubblicato il 28 / 07 / 2023