

Una nuova indagine fra i consumatori commissionata da Castrol indica che le officine di tutta Italia starebbero perdendo preziose opportunità di guadagno poiché non effettuano l'upselling dei materiali di consumo di qualità premium.

Il sondaggio, realizzato da OnePoll su 1.000 proprietari di auto italiani, ha rivelato che il 20% degli automobilisti afferma di non aver "mai" ricevuto dalla propria officina di fiducia la **proposta di materiali di consumo di qualità superiore** per prodotti come, ad esempio, lubrificanti, spazzole per tergicristalli, pastiglie e dischi per freni di marche premium, negli interventi programmati di manutenzione, il 45% dichiara di averla ricevuta solo "qualche volta", mentre soltanto il 29% ha affermato che la scelta di prodotti di qualità superiore gli viene "sempre" offerta.

È significativo sottolineare che **la maggior parte degli intervistati (53%) è anche disposta a spendere di più** per beneficiare di prodotti di fascia più elevata, a condizione che i vantaggi derivanti vengano illustrati prima dell'intervento. Solo il 6% afferma di voler utilizzare sempre e solo i materiali di consumo più economici. Il 34% gradirebbe invece che l'officina impiegasse esclusivamente materiali premium, senza consultarsi con il cliente.

A conferma di quanto il tema della qualità dei prodotti utilizzati negli interventi di manutenzione programmata di un veicolo sia importante, il 28% degli automobilisti intervistati ha affermato di essere preoccupato che le officine utilizzino materiali di consumo di qualità inferiore e lo facciano pagare più del dovuto. Il 66% afferma di fidarsi della propria officina ed è sicuro che utilizzi i materiali di consumo di alta qualità, ovvero quelli raccomandati a seconda del tipo di vettura dai singoli produttori.

Layla Yebaile, Service and Maintenance Marketing Lead di Castrol, spiega: "Il sondaggio mette in evidenza i vantaggi di stabilire un'interazione di qualità con il cliente ogni volta che si presenta in officina, sia per cogliere le opportunità di vendita, sia per creare fiducia per le competenze dell'officina e il lavoro svolto. Molti automobilisti sono disposti a spendere di più per essere certi che il proprio veicolo risulti affidabile e mantenga alte le sue prestazioni. Comunicare in modo efficace può contribuire a ottenere due risultati contemporaneamente: ritorni economici per l'officina e maggior fidelizzazione del cliente".

La rete di assistenza di Castrol supporta le officine indipendenti con attività di formazione e offerte di marketing finalizzate ad aumentare le opportunità di upselling e il riconoscimento della certificazione di qualità. L'ampia gamma di prodotti del marchio comprende Castrol EDGE con tecnologia Fluid TITANIUM, olio in grado di resistere a pressioni superiori e a ridurre l'attrito per migliorare le prestazioni del motore, e Castrol MAGNATEC, olio che aderisce come un magnete alle parti mobili vulnerabili del motore offrendo un livello

aggiuntivo superiore di protezione.