



VADEMECUM

COME SUPERARE LA CRISI CORONAVIRUS NEL SETTORE AFTERMRKET

STRUMENTI PRATICI PER PROGRAMMARE LA RIPARTENZA



eMotori

Siti web: www.eMotori.com | www.gestionalefast.it





Sommario

PREMESSA.....	2
IL DOPO CORONAVIRUS.....	3
COME AFFRONTARE LA SITUAZIONE	3
1 Adotta un atteggiamento mentale positivo e aperto al cambiamento.....	3
2 Mantieni il contatto con i clienti.....	5
3 Quantifica le perdite e fai un piano di recupero fatturato	7
4 Differenzia la tua offerta.....	9
5 Effettua cambi di direzione.....	11
6 Organizza una festa di riapertura	12
UN REGALO PER TE	13
CHI SIAMO	14
Contatti di eMotori	15



«Per la persona resiliente, qualsiasi sconfitta, anche se genera inevitabilmente della frustrazione, viene vista come un'opportunità per apprendere e migliorare»

(Pietro Trabucchi)



PREMESSA

In un periodo come questo, è impossibile fare finta che sia tutto normale e proseguire come se nulla fosse nell'ordinaria amministrazione.

Ricambisti, Officine, Venditori di veicoli, siamo tutti chiamati a fare un passo oltre la paura per prendere in mano il nostro futuro.

L'emergenza sanitaria sta mettendo a dura prova non solo il mondo del lavoro, ma la quotidianità dei cittadini di tutto il mondo, cambiando le abitudini e aumentando le distanze.

Lo smart working, l'e-commerce, il Cloud e le nuove tecnologie stanno aiutando molte imprese a tenersi in piedi, imparando nuovi modi di fare business.

Noi di eMotori ci riteniamo tra quelle aziende privilegiate, perché proprio grazie all'utilizzo costante del digitale siamo riusciti a rimanere in attività senza mai abbandonare i nostri utenti, garantendo assistenza costante e tempestiva anche dai nostri appartamenti.

Sappiamo che non per tutti è andata così. Molti come voi che state leggendo sono stati costretti a chiudere o comunque stanno subendo dei gravi danni economici in nome, però, della salute nazionale.

I sacrifici che state attuando vi fanno onore.

Nel frattempo, tutti quanti dobbiamo pensare con lungimiranza, perché una delle certezze assolute è che questo momento dovrà avere una fine e sarà necessario mettere in atto strategie e strumenti per limitare i danni.

Noi di eMotori vogliamo fare la nostra parte, offrendoti questa guida gratuita per affrontare al meglio la crisi del Coronavirus e per programmare una grande ripartenza.

IL DOPO CORONAVIRUS

Cosa succederà dopo il Coronavirus nella vita delle aziende? Anche se è brutto a dirsi, alcuni saranno probabilmente costretti alla chiusura o al fallimento e il panorama dell'automotive e dell'aftermarket sarà stravolto.

Sicuramente saranno avvantaggiati coloro che si stanno adoperando ad attuare strategie per migliorare l'organizzazione, la gestione e il marketing.

COME AFFRONTARE LA SITUAZIONE

1 Adotta un atteggiamento mentale positivo e aperto al cambiamento



Innanzitutto, per reagire correttamente devi pensare che ci sarà una ripresa e trovare la forza cambiare, senza nasconderti dietro a scuse come "ho sempre

fatto così". Dato che le cose non saranno più come prima, fare come hai sempre fatto può portarti al fallimento.

Non è facile stimare quanti dei tuoi concorrenti saranno costretti a chiudere, ma anche se fosse solo il 5%, considera che ci sarà un 5% di clienti ai quali la tua azienda può dare risposta allargando il giro d'affari.

Quindi, dopo aver abbracciato l'idea del cambiamento, devi studiare nuove strategie e modalità per cambiare in meglio il tuo business, approfittare delle opportunità di mercato e recuperare il fatturato perso durante la crisi.

La strada non sarà facile e richiederà degli sforzi, ma renderà la tua azienda più forte.

CONOSCI LA STORIA DELLA FARFALLA?



Un giorno un contadino, riposandosi sotto un'ombra al termine di una giornata sfiancante, si accorse di un bozzolo di una farfalla. Il bozzolo era completamente chiuso ad eccezione di un piccolo buchino sulla parte anteriore. Incuriosito, il contadino osservò attraverso il piccolo buchino, riuscendo ad intravedere la piccola farfalla che si dimenava con tutte le sue forze.

Il contadino osservò a lungo gli sforzi eroici dell'elegante bestiolina, ma per quanto la farfalla si sforzasse per uscire dal bozzolo, i progressi apparivano minimi. Così, il contadino, impietosito dall'impegno della piccola farfalla, tirò

fuori un coltellino da lavoro e delicatamente allargò il buco del bozzolo, finché la farfalla poté uscirne senza alcuno sforzo.

A questo punto accadde qualcosa di strano. La piccola farfalla, aiutata ad uscire dal bozzolo, non aveva sviluppato muscoli abbastanza forti per potersi librare in aria. Nonostante i ripetuti tentativi, la fragile farfalla rimase a terra e riuscì a trascinarsi solo a pochi centimetri dal bozzolo, incapace di fare ciò per cui la natura l'aveva fatta nascere. Il contadino si accorse del grave errore fatto ed imparò una lezione che non dimenticò per il resto della sua vita:

Attraverso le difficoltà la natura ci rende più forti e degni di realizzare i nostri obiettivi.

Non devi cercare scorciatoie ma rimboccarti le maniche e ricominciare più forte di prima.

2 Mantieni il contatto con i clienti



Puoi attuare il nuovo atteggiamento sin da subito avviando un piano di comunicazione volto a mantenere il contatto con il tuo parco clienti.



Sparire dal mercato è controproducente. Se i tuoi clienti non ti sentono per mesi, come fanno a sapere se ci sei ancora, se sei operativo e come contattarti?

Questo è il momento di essere presente per i tuoi clienti e rafforzare la tua **relazione** con loro.

Se nel tempo hai raccolto sul tuo [software gestionale](#) gli indirizzi e-mail e i numeri di cellulare dei tuoi clienti, puoi inviare anche dal programma stesso delle [comunicazioni costanti via e-mail](#) o [SMS](#).

Produci contenuti per stare vicino ai clienti. Devi infondere nelle persone speranza e ricordare loro la relazione che avevate prima di tutto questo.

Gli argomenti da comunicare sono molteplici:

- ✓ Puoi raccontare come stai affrontando la quarantena, ricordare i tuoi canali di contatto ed eventuali orari di apertura.
- ✓ Puoi anticipare che quando sarà tutto finito organizzerai una bella festa per inaugurare la ripresa. La gente avrà voglia di uscire e parteciperà di buon grado. Per te sarà un'occasione per riprendere i contatti e presentare nuove offerte.
- ✓ Puoi passare informazioni utili: se hai un'Officina, ad esempio, puoi fornire informazioni utili sulle scadenze che riguardano il mondo dell'auto (cosa fare se scade la revisione? Entro quando pagare multe e verbali?). Se sei un Ricambista puoi dare consigli su come igienizzare al meglio l'officina per operare a norma anche durante la quarantena.

Usa anche i social: le ricerche indicano che il tempo libero dovuto alla quarantena ha riportato il 70% degli utenti su Facebook. Usa le immagini e i

video per dare più potenza alla tua comunicazione. Non importa quanto siano professionali, anche una piccola diretta su Facebook può darti risultati che non immagini.

La gente adesso ha più tempo per leggere e i clienti con cui hai mantenuto vivo il contatto si ricorderanno di te nel momento in cui avranno bisogno di un ricambio o una riparazione, perché avranno apprezzato la tua presenza rispetto a chi non ha fatto nulla per lui.

3 Quantifica le perdite e fai un piano di recupero fatturato



Una delle attività principali a livello strategico risiede nel quantificare il danno. Utilizza i [pannelli di analisi](#) del tuo gestionale per capire quanto fatturato ti ha fatto perdere la quarantena. Se hai una [versione in Cloud](#), puoi accedere a tutti i dati direttamente da casa.

Potrai analizzare anche i tuoi costi fissi e verificare quali abbattere accedendo a finanziamenti, dilazionamenti o rinegoziando i contratti di fornitura.



Quando avrai in mano dati certi, dovrai porti una sola domanda: “**appena sarà finita la quarantena, in quanti mesi potrò recuperare il fatturato perduto?**”

Supponiamo che tu abbia perso 10.000€ di fatturato. Se volessi recuperarli in 5 mesi, dovresti costruire un piano di aumento degli incassi pari a 2.000€/mese.

L'aumento degli incassi può essere realizzato in 3 modi:

1. Aumentando il numero di clienti (es. da 100 al mese a 130 al mese)
2. Aumentando la frequenza d'acquisto (es. da 1 volta ogni 7gg a una volta ogni 3gg)
3. Aumentando il valore delle transazioni (es. +10% sullo scontrino medio)

Per aumentare il valore delle transazioni, ad esempio, potresti studiare dei pacchetti PREMIUM. Le statistiche dicono, infatti, che una percentuale del tuo parco clienti – in genere tra il 5 e il 20% - è costituita da clienti per natura alto-spendenti, ovvero disposti a pagare di più perché desiderano il meglio.

Se hai un'**officina** potresti promuovere dei pacchetti premium in cui ad esempio proponi il tagliando con un kit di materiali di alto livello, a un costo superiore rispetto al pacchetto standard. Nell'immediato potresti puntare anche sulla sanificazione degli abitacoli

Se sei un **ricambista** potresti offrire dell'assistenza o della formazione aggiuntiva per il montaggio dei ricambi.

4 Differenzia la tua offerta



Prenditi del tempo con i tuoi migliori collaboratori per rivedere le [politiche sconto](#), studiare delle promozioni da lanciare quando potrai finalmente riaprire e pensare a come diversificare la tua offerta dai concorrenti.

Differenziare la tua offerta di servizi integrata all'offerta di prodotti, permetterà alla tua impresa di soddisfare, fidelizzare i clienti e attrarne di nuovi.

Se sei un **ricambista**, potresti offrire un [preventivatore di meccanica](#) e di carrozzeria, integrato con le informazioni indispensabili per l'autoriparatore.

In questo modo:

- ✓ AUMENTI LA FIDELIZZAZIONE DEI CLIENTI DEL TUO MAGAZZINO
- ✓ RENDI LA TUA OFFERTA PIÙ' RICCA RISPETTO AI TUOI COMPETITOR
- ✓ HAI UNO STRUMENTO EFFICACE PER PREMIARE I TUOI CLIENTI



Se hai un'**officina**, devi fare quello che gli altri meccanici non sono in grado di fare e adottando strategie di marketing e specializzandoti su una nicchia di mercato. Diventare l'esperto nella testa del cliente per un gruppo specifico di soluzioni e per un target di clientela ben definito ti differenzierà dalla massa. Pensa a dei servizi a valore aggiunto, ad esempio:

- per ogni auto che entra nella tua officina, effettua il lavaggio interno ed esterno prima della consegna
- offri un servizio di ritiro e consegna dell'auto a casa o nel posto di lavoro,
- ad ogni cliente che fa il tagliando da te, offri un buono per 2 birre alla pizzeria con la quale hai una convenzione
- crea una sala relax per i clienti che sono in attesa della riparazione in cui offri wi-fi e caffè gratis

Ricorda che se offri ai clienti un'esperienza di **ALTISSIMO** livello, puoi emergere dalla concorrenza, fidelizzare i clienti e generare un passaparola spontaneo da parte dei clienti soddisfatti.

5 Effettua cambi di direzione



Il Coronavirus sta costringendo a un drastico cambio di rotta per assicurare la sopravvivenza di tutti quanti. Così stiamo assistendo a tante le iniziative di riconversione della produzione da parte di diverse categorie di lavoratori dai sarti, agli stampatori grafici.

Alcuni tra i colossi dell'automotive come Tesla, FCA e Ferrari hanno dato la loro disponibilità a convertire la propria produzione per realizzare nuovi ventilatori polmonari.

Anche tu nel tuo piccolo puoi cercare di far prendere al tuo business una nuova direzione.

In tutti i settori, ad esempio, la quarantena sta dando nuovo slancio all'e-commerce. I distributori oltre all'e-commerce B2B - spesso con brand alternativi - stanno approcciando anche al [mercato B2C](#) per arrivare direttamente al cliente finale, i ricambisti dettaglianti stanno capendo l'utilità di

munirsi di un e-commerce proprietario e le officine si stanno concentrando sulla rivendita online dell'usato.

Anche le case madre sperimentano da tempo il commercio elettronico per la rivendita auto: si pensi alla [FIAT](#) o alla [SMART](#).

6 Organizza una festa di riapertura



Ricorda che alla fine dell'emergenza la gente avrà bisogno di uscire e tornare alla vita normale. Organizza una bella festa di riapertura, allegra e piena di palloncini, sfruttala come occasione per dare buoni sconto e presentare le offerte premium. Usa tutti i tuoi canali di comunicazione per invitare e creare attesa per l'evento.



UN REGALO PER TE

In questo periodo vogliamo contribuire a supportare le imprese come la tua offrendo quello che sappiamo fare meglio!

Se hai qualche dubbio sullo stato e le potenzialità del tuo sistema informativo, puoi confrontarti con un nostro esperto.

Mettiamo a tua disposizione tutte le nostre competenze per:

- ✓ analizzare il tuo software gestionale,
- ✓ rispondere ai tuoi dubbi,
- ✓ offrire soluzioni a problematiche del tuo gestionale non risolte.

Vuoi il nostro aiuto per migliorare la tua efficienza gestionale?

Richiedi il supporto gratuito



CHI SIAMO

eMotori è la famiglia di soluzioni software e servizi per il “settore motoristico” (o *Motor trade*) volendo intendere non solo di *settore automotive*, perché nel tempo il mercato ci ha dato l’opportunità di confrontarci sia con realtà che hanno a che fare con auto e moto, ma anche con coloro che si occupano di altri tipi di mezzi: dai veicoli industriali e commerciali, alle macchine agricole (es. trattori), le macchine movimento terra (es. escavatori), i motori marini, le gru, i carrelli elevatori, e qualsiasi altro mezzo che abbia un motore.



In oltre **30 anni di lavoro** sul campo, abbiamo analizzato e soddisfatto con soluzioni innovative le esigenze di gestione dei processi aziendali di innumerevoli distributori di ricambi all’ingrosso e venditori al dettaglio, autoriparatori e commercianti di veicoli. Siamo ormai pienamente consapevoli che un’Officina, piuttosto

che un Magazzino Ricambi o una Concessionaria, hanno esigenze fortemente specifiche che possono essere soddisfatte solo da **soluzioni VERTICALI** centrate espressamente sulle singolarità del loro business.

**Vuoi visionare un gestionale specifico
per il tuo settore?**

Richiedi informazioni sul gestionale eMotori

**Hai intenzione di avviare
la vendita di ricambi on-line?**

Scopri la piattaforma e-commerce per ricambisti



Contatti di eMotori

Ecco i nostri recapiti

- Numero verde: [800.911.945](tel:800.911.945)
- Email: marketing@emotori.com
- Facebook: <https://www.facebook.com/emotori>
- LinkedIn: <http://www.linkedin.com/company/emotori>
- Twitter: [@emotori_sw](https://twitter.com/emotori_sw)

>> Per rimanere sempre aggiornato e ricevere notizie e suggerimenti per migliorare le performance del tuo business segui il nostro Blog [La Soluzione è VERTICALE](#)