

Autoriparatori e Ricambisti a confronto

ricambi acquistati
su Internet

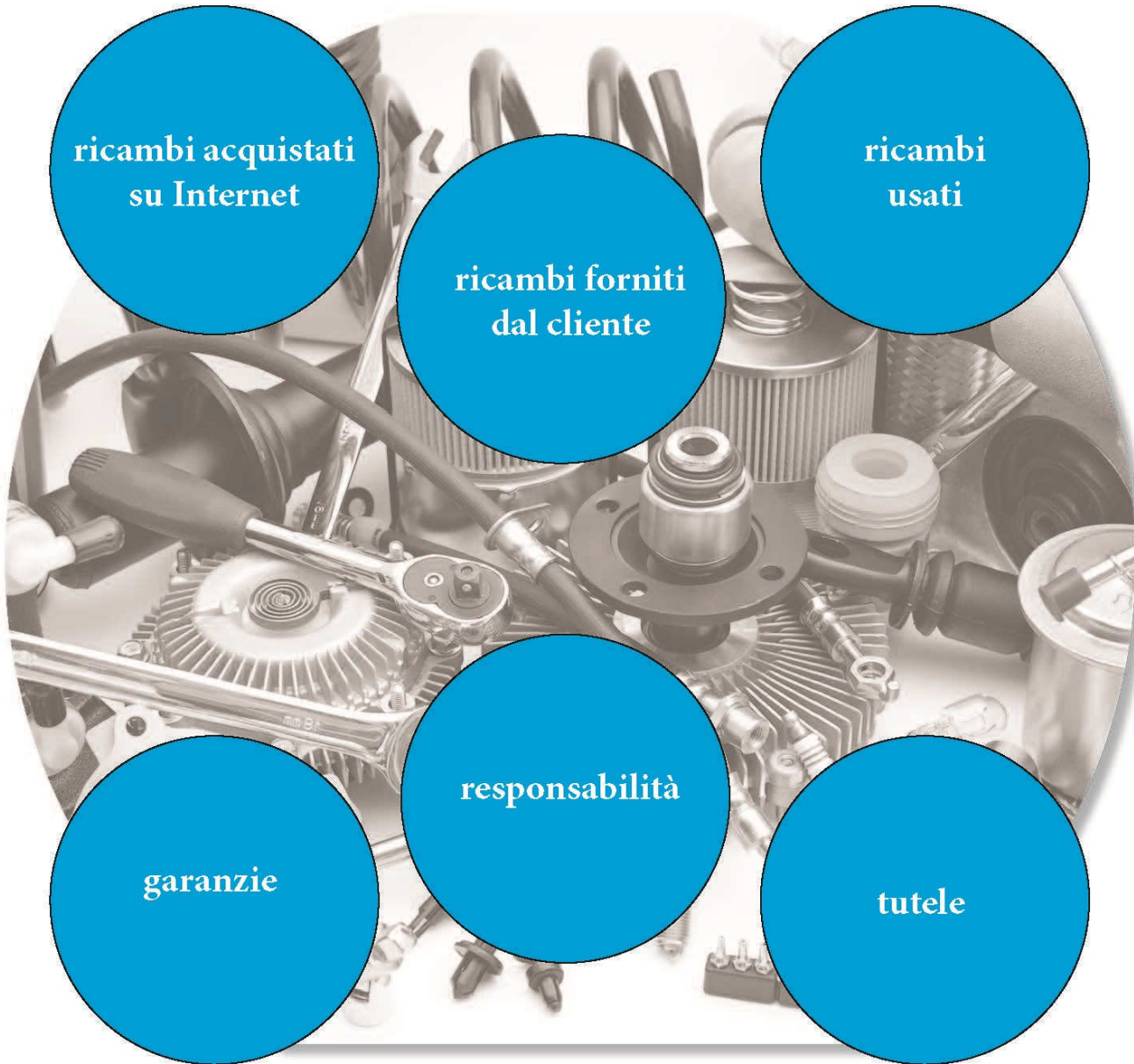
ricambi forniti
dal cliente

ricambi
usati

responsabilità

garanzie

tutele





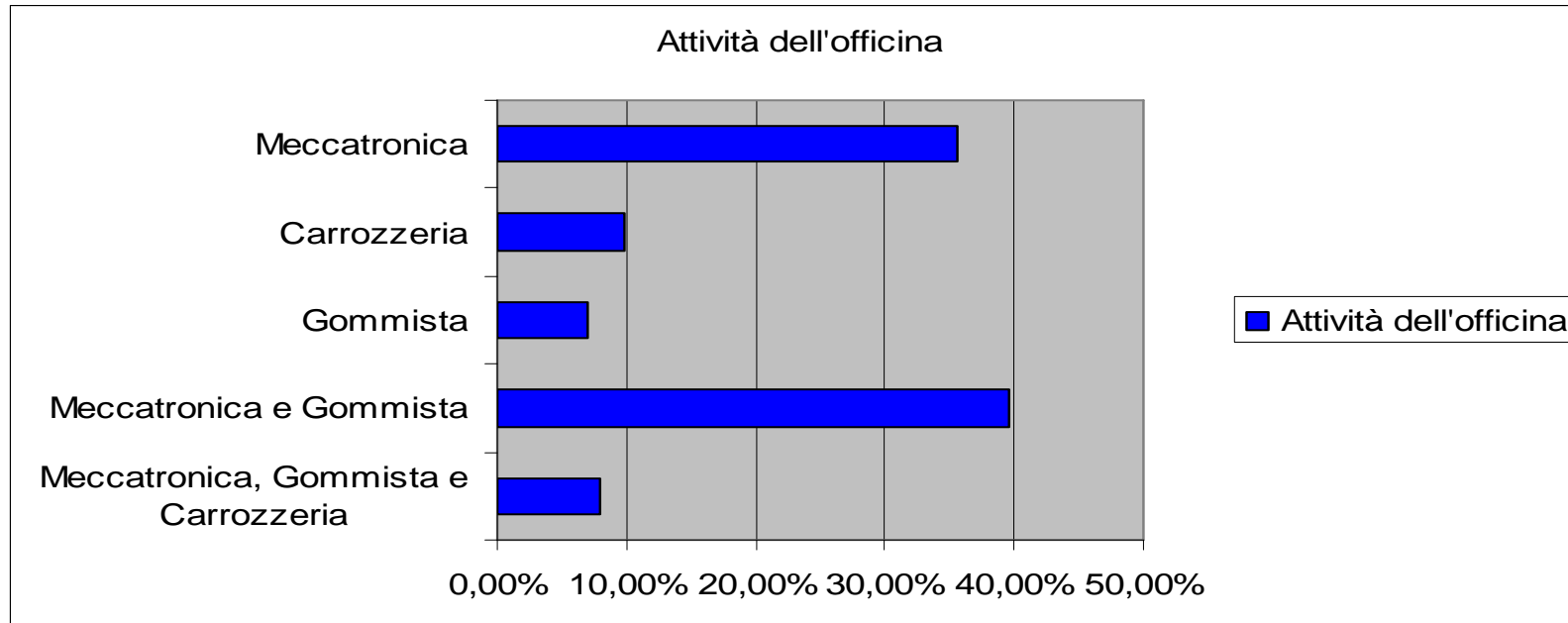
Questionario on-line “Indagine ricambi”

Analisi risultati

Michele Quaglia



1) Attività dell'Officina (risposta multipla)



Meccatronica 35,64%

Carrozzeria 9,90%

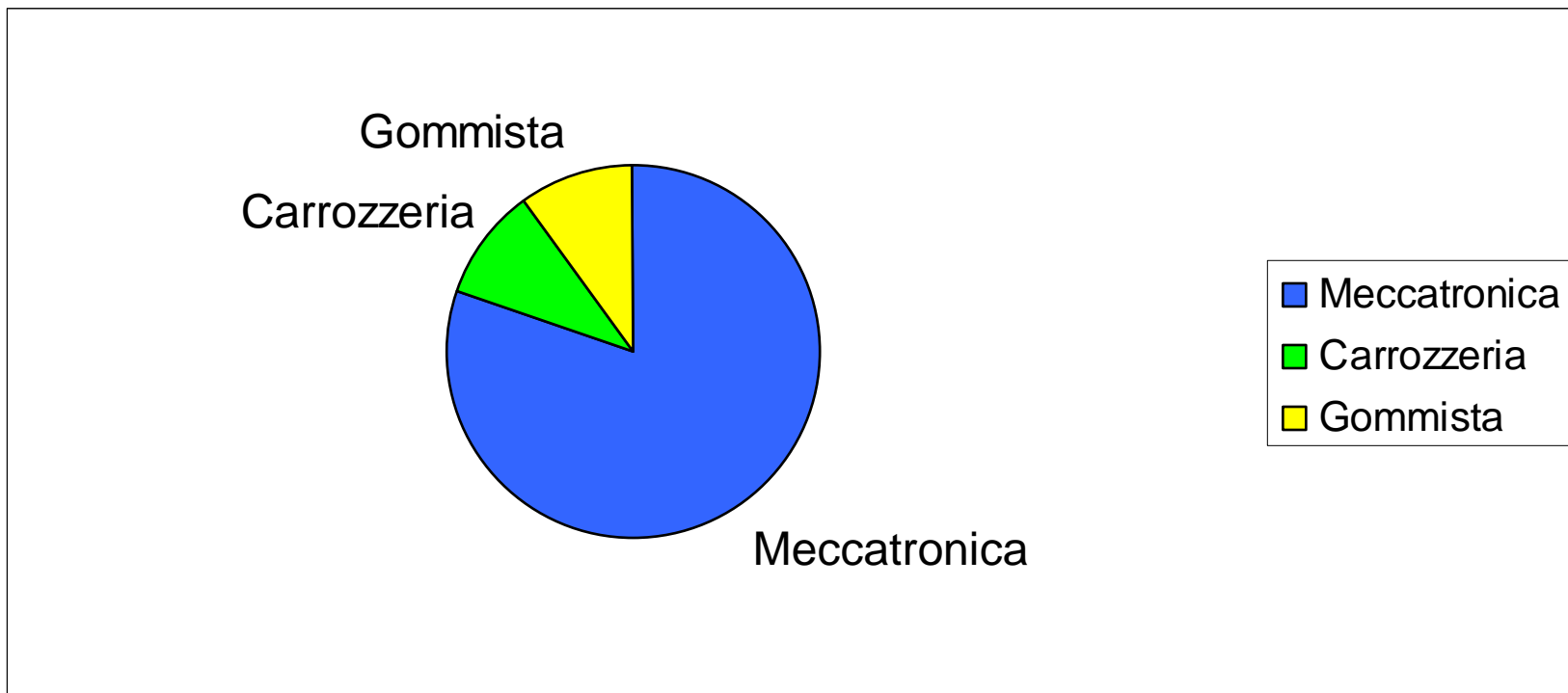
Gommista 6,93%

Meccatronica e Gommista 39,60%

Meccatronica, Gommista e Carrozzeria 7,92%



2) Attività prevalente

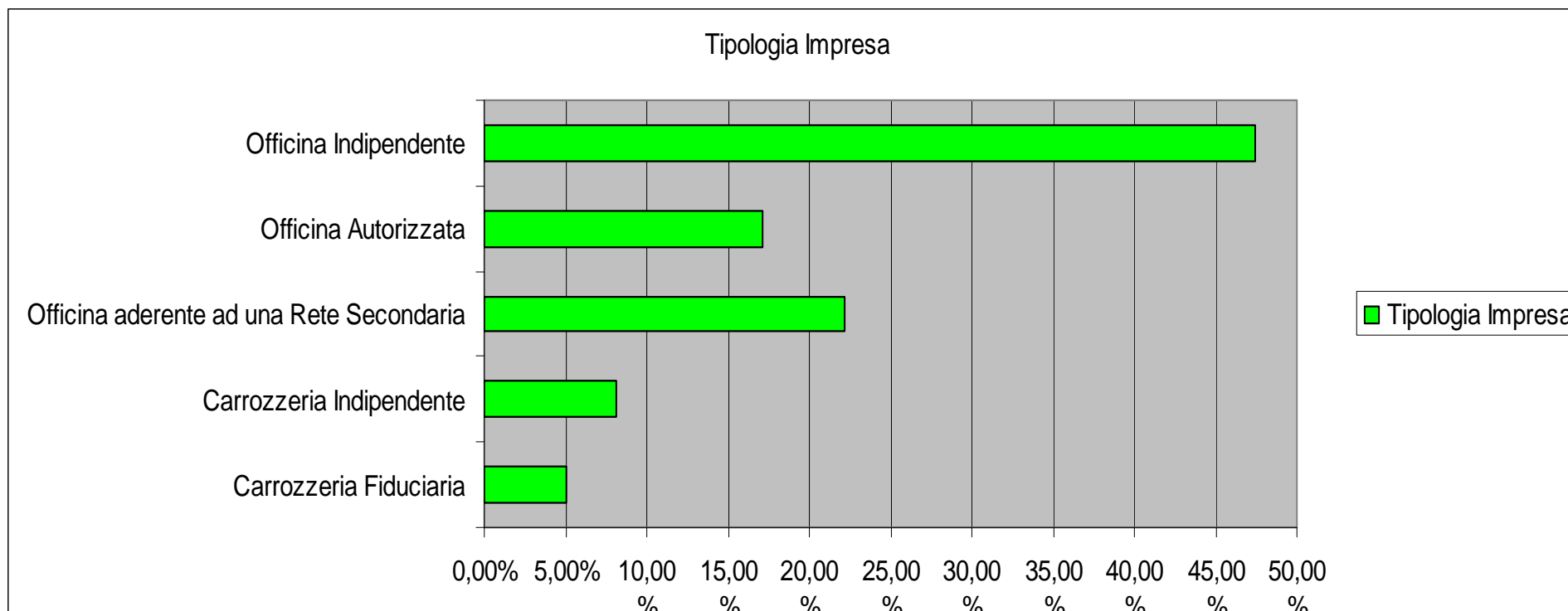


Meccatronica 80,2%

Carrozzeria 9,9%

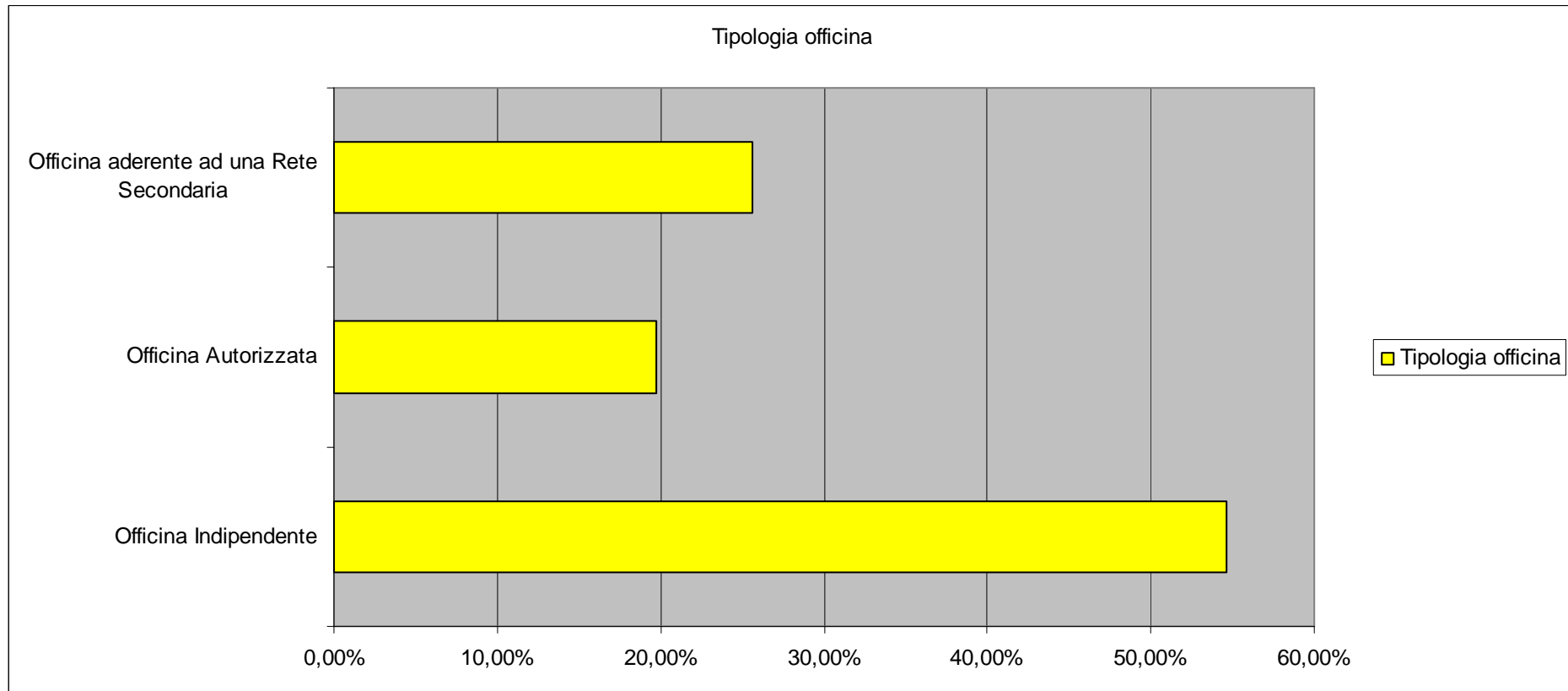
Gommista 9,9%

3) Tipologia Impresa



| | |
|--|--------|
| Officina indipendente | 47,47% |
| Officina autorizzata | 17,17% |
| Officina aderente ad una rete secondaria | 22,22% |
| Carrozzeria indipendente | 8,08% |
| Carrozzeria fiduciaria | 5,05% |

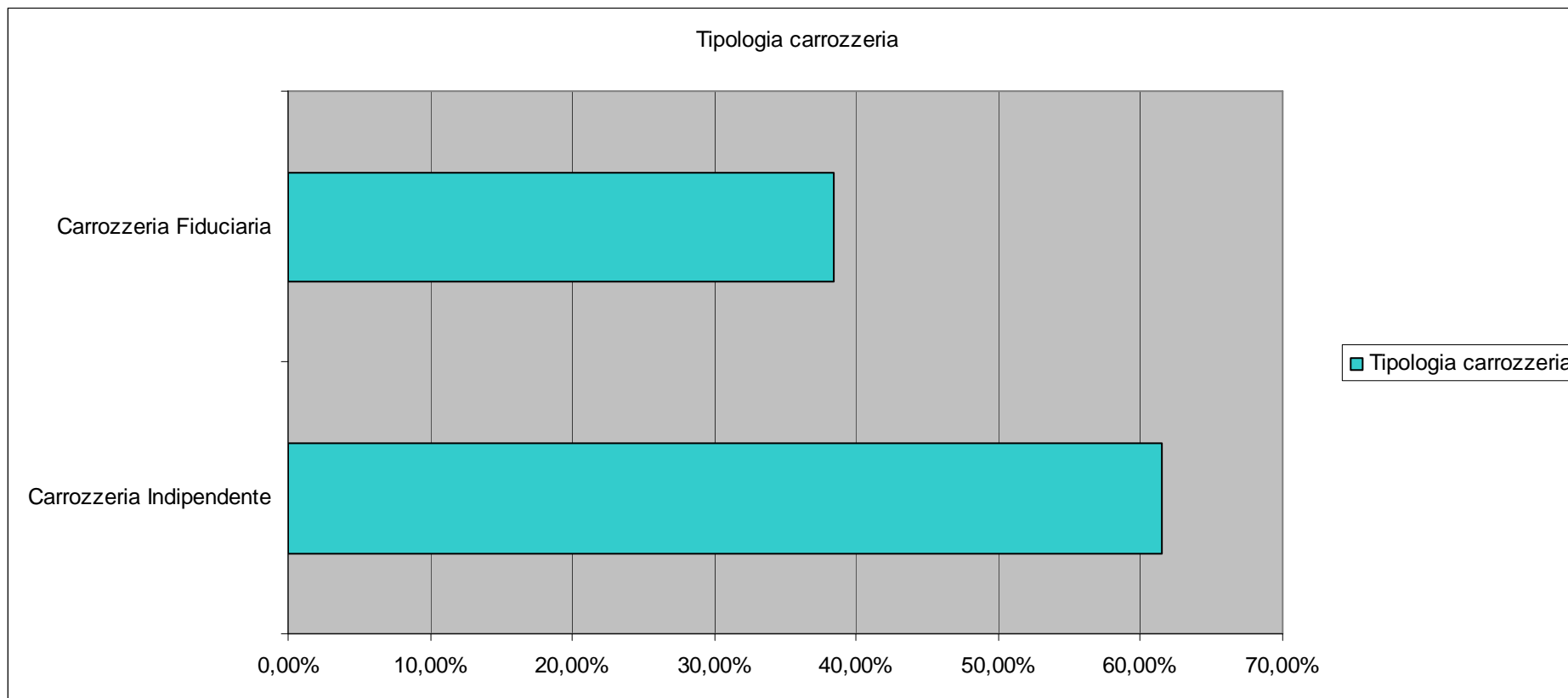
3) Tipologia Impresa - Officina



| | |
|--|--------|
| Officina Indipendente | 54,65% |
| Officina autorizzata | 19,77% |
| Officina aderente ad una rete secondaria | 25,58% |



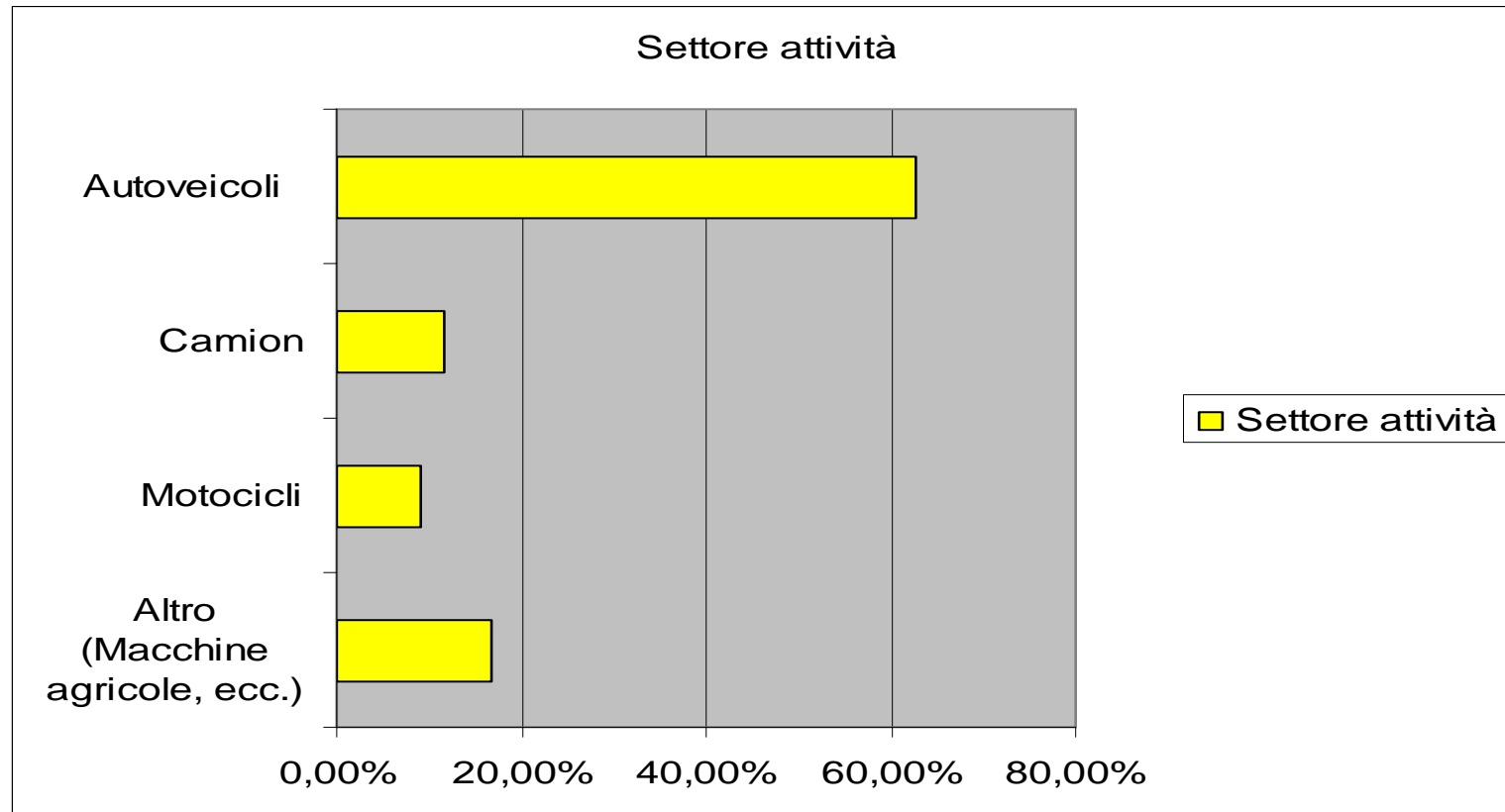
3) Tipologia Impresa - Carrozzeria



Carrozzeria indipendente 61,54%

Carrozzeria fiduciaria 38,46%

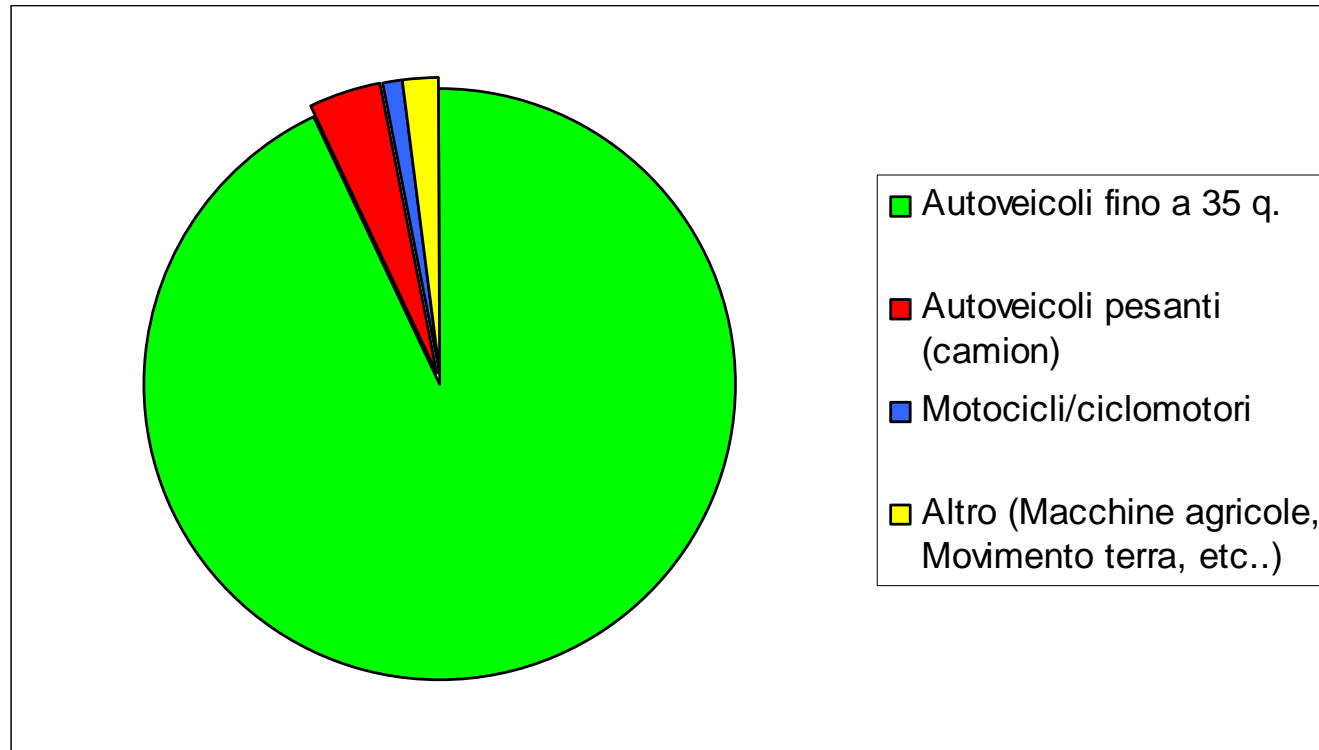
4) Settore attività (risposta multipla)



| | |
|---------------------------------|--------|
| Autoveicoli | 62,82% |
| Camion | 11,54% |
| Motocicli | 8,97% |
| Altro (Macchine agricole, ecc.) | 16,67% |



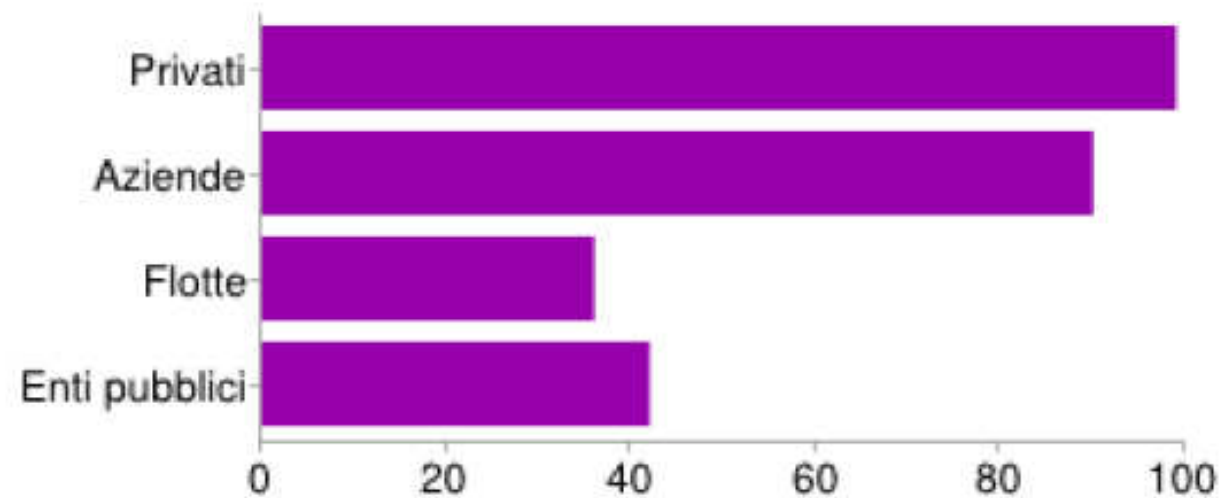
5) Settore principale



| | |
|--|--------|
| Autoveicoli fino a 35 q. | 93,07% |
| Autoveicoli pesanti (camion) | 3,96% |
| Motocicli/ciclomotori | 0,99% |
| Altro (Macchine agricole, Movimento terra, etc...) | 1,98% |



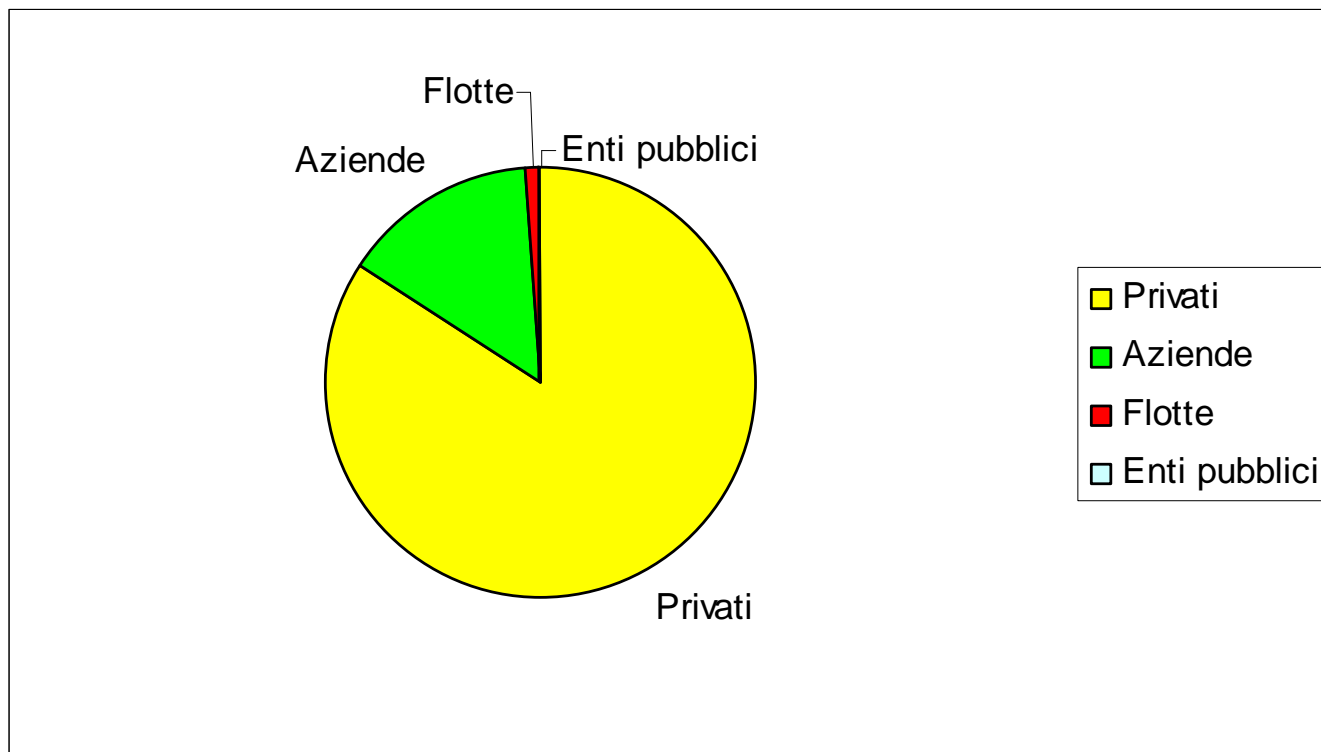
6) Tipologia clientela (risposta multipla)



| | |
|---------------|----|
| Privati | 99 |
| Aziende | 90 |
| Flotte | 36 |
| Enti pubblici | 42 |



7) Tipologia clientela Principale



Privati 84,16%

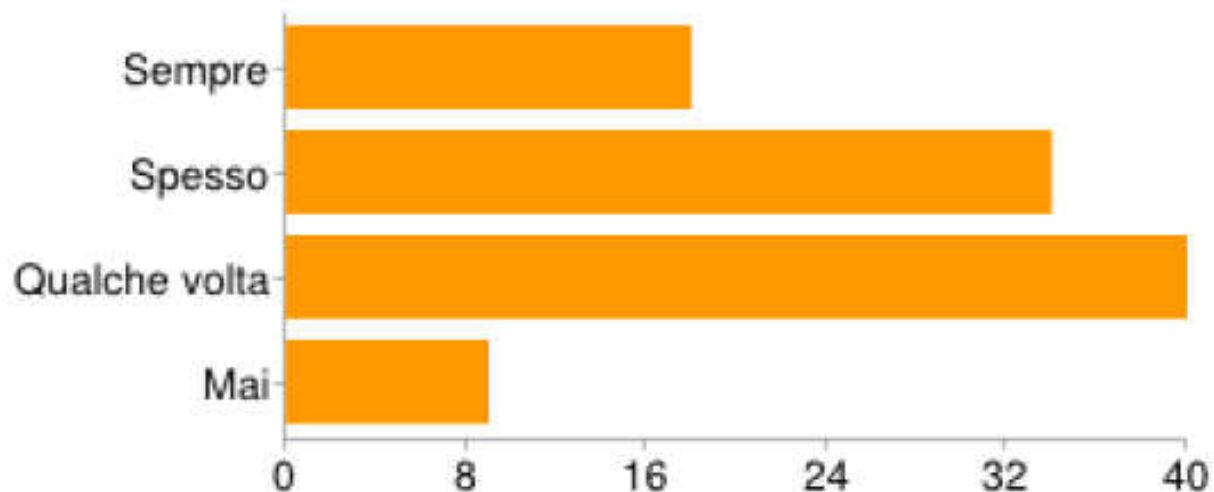
Aziende 14,85%

Flotte 0,99%

Enti pubblici 0,00%



8) Fonti di approvvigionamento Circuiti ufficiali case



Sempre 17,82%

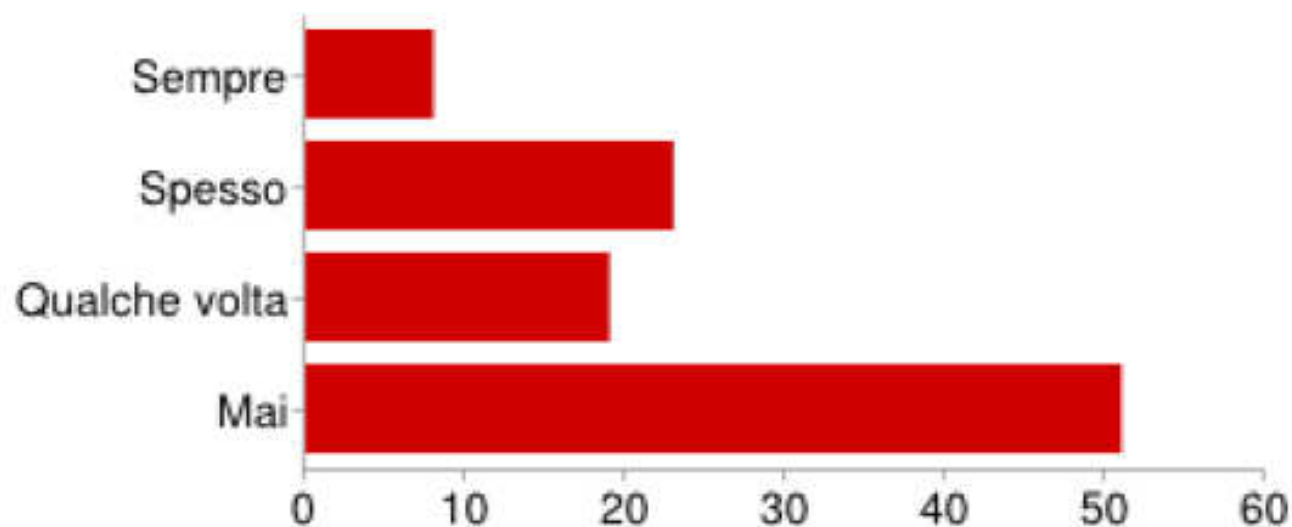
Spesso 33,67%

Qualche volta 39,60%

Mai 8,91%



8) Fonti di approvvigionamento Circuiti/consorzi tra autoriparatori



Sempre 7,92%

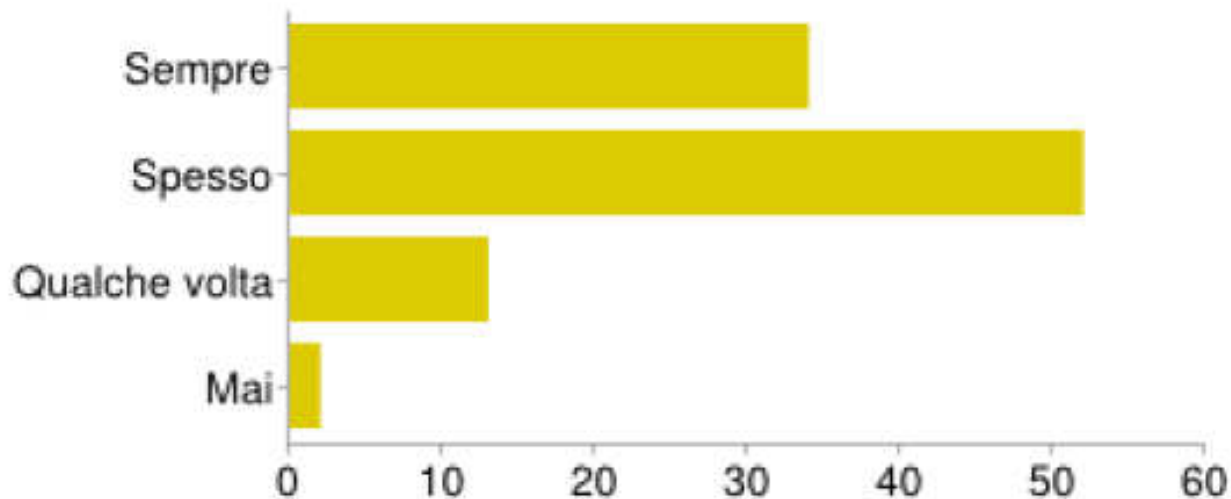
Spesso 22,78%

Qualche volta 18,81%

Mai 50,49%



8) Fonti di approvvigionamento Ricambisti locali di fiducia



Sempre 33,66%

Spesso 51,49%

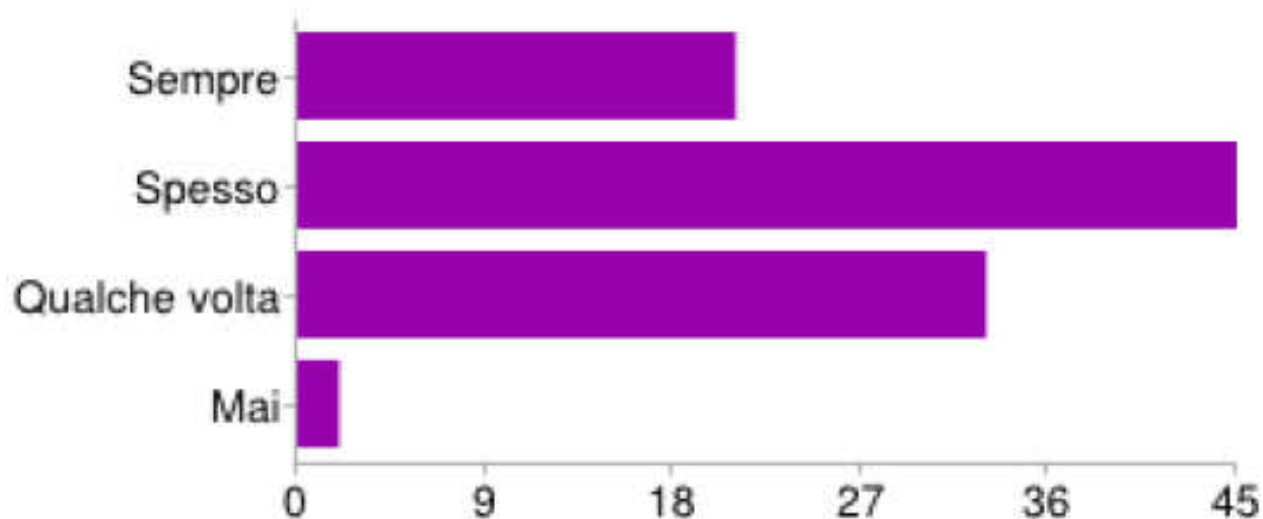
Qualche volta 12,87%

Mai 1,98%



9) Tipologia dei ricambi utilizzati

Ricambi originali del produttore auto



Sempre 20,79%

Spesso 44,56%

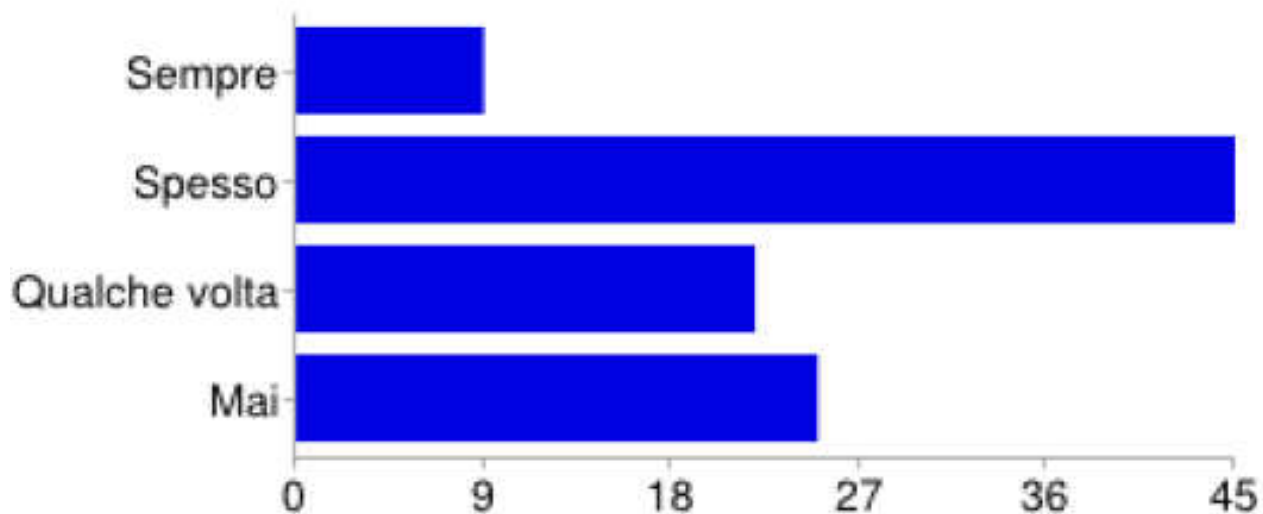
Qualche volta 32,67%

Mai 1,98%



9) Tipologia dei ricambi utilizzati

Ricambi originali del componentista



Sempre 8,91%

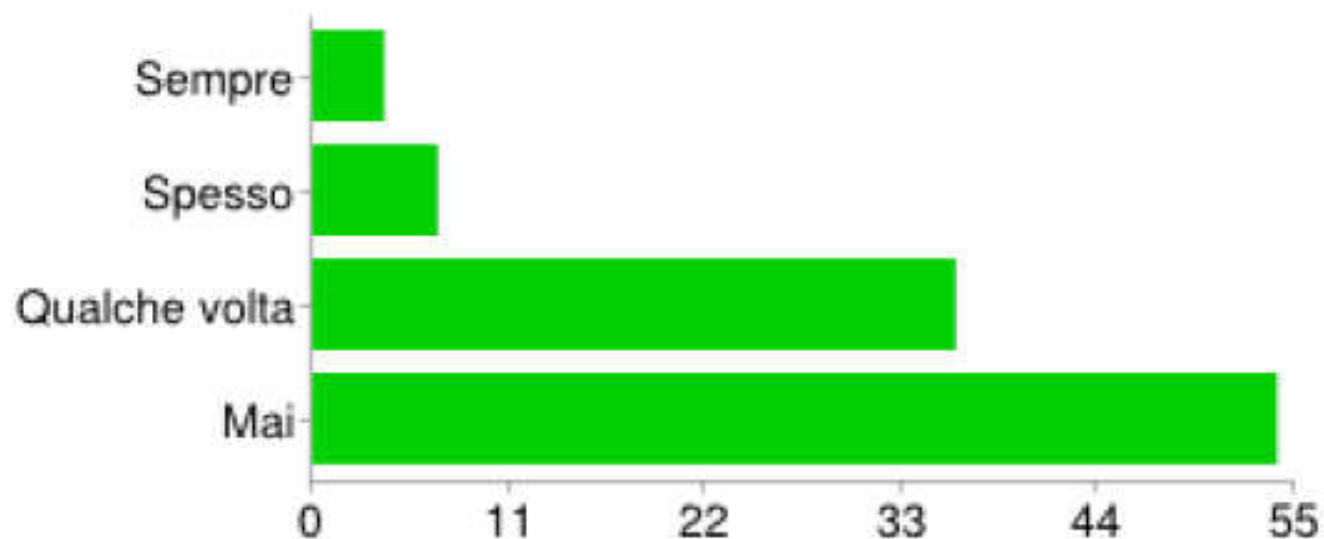
Spesso 44,55%

Qualche volta 21,79%

Mai 24,75%



8) Fonti di approvvigionamento Internet/e-commerce



Sempre 3,09%

Spesso 4,12%

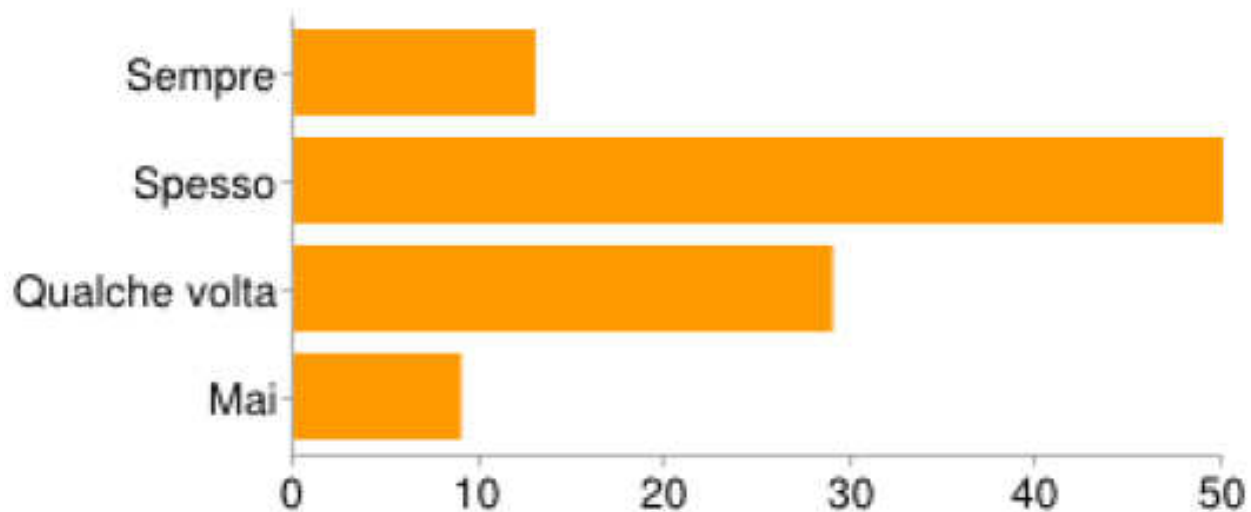
Qualche volta 37,11%

Mai 55,68%



9) Tipologia dei ricambi utilizzati

Ricambi equivalenti



Sempre 12,87%

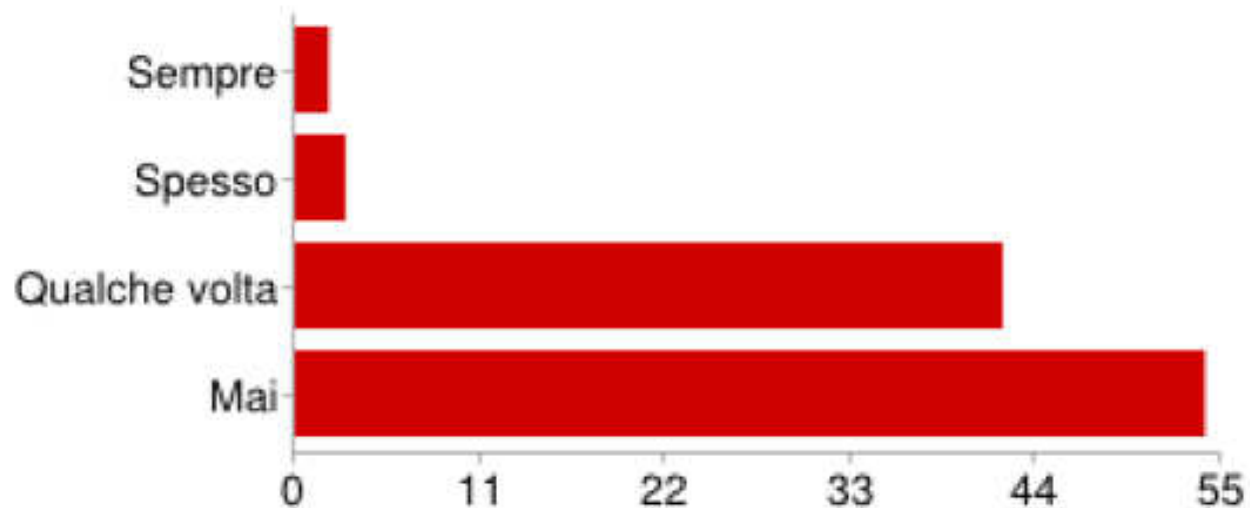
Spesso 49,50%

Qualche volta 28,72%

Mai 8,91%



9) Tipologia dei ricambi utilizzati Altro



Sempre 1,98%

Spesso 2,97%

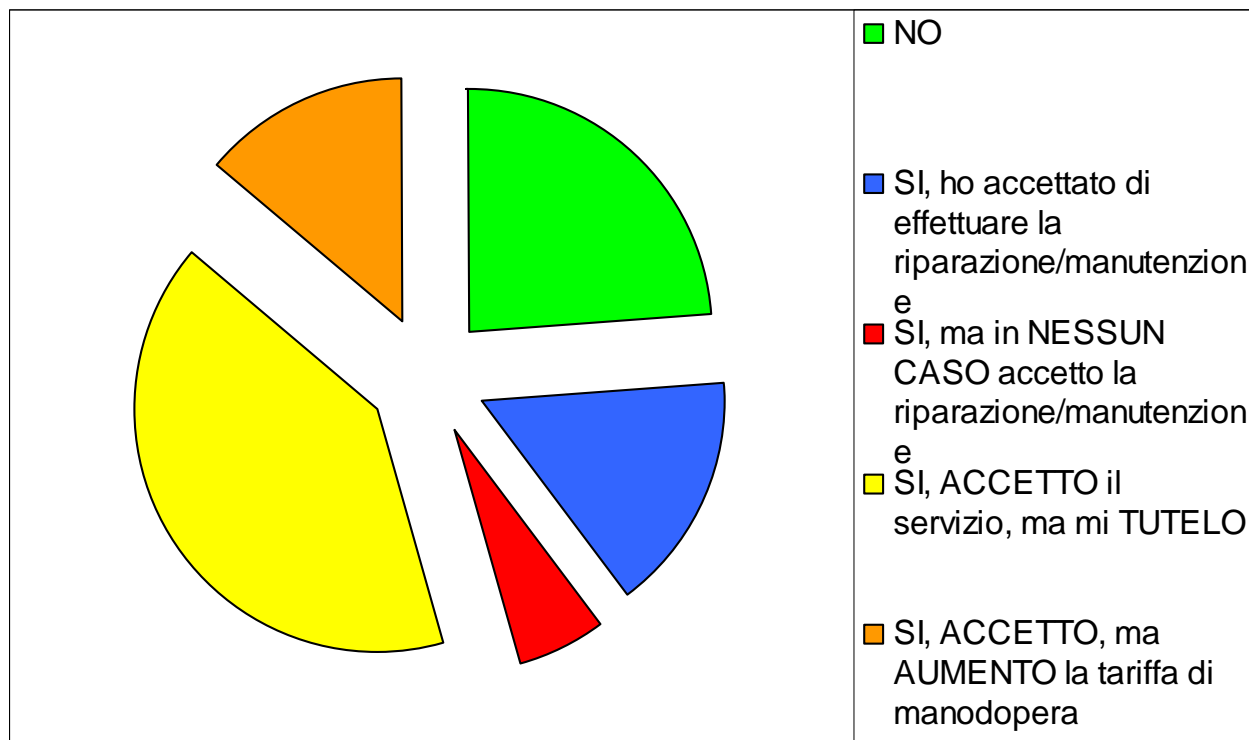
Qualche volta 41,58%

Mai 53,47%



10) Ricambi forniti dal cliente

Ti è mai capitato un intervento di manutenzione e/o riparazione con ricambi forniti dal cliente?

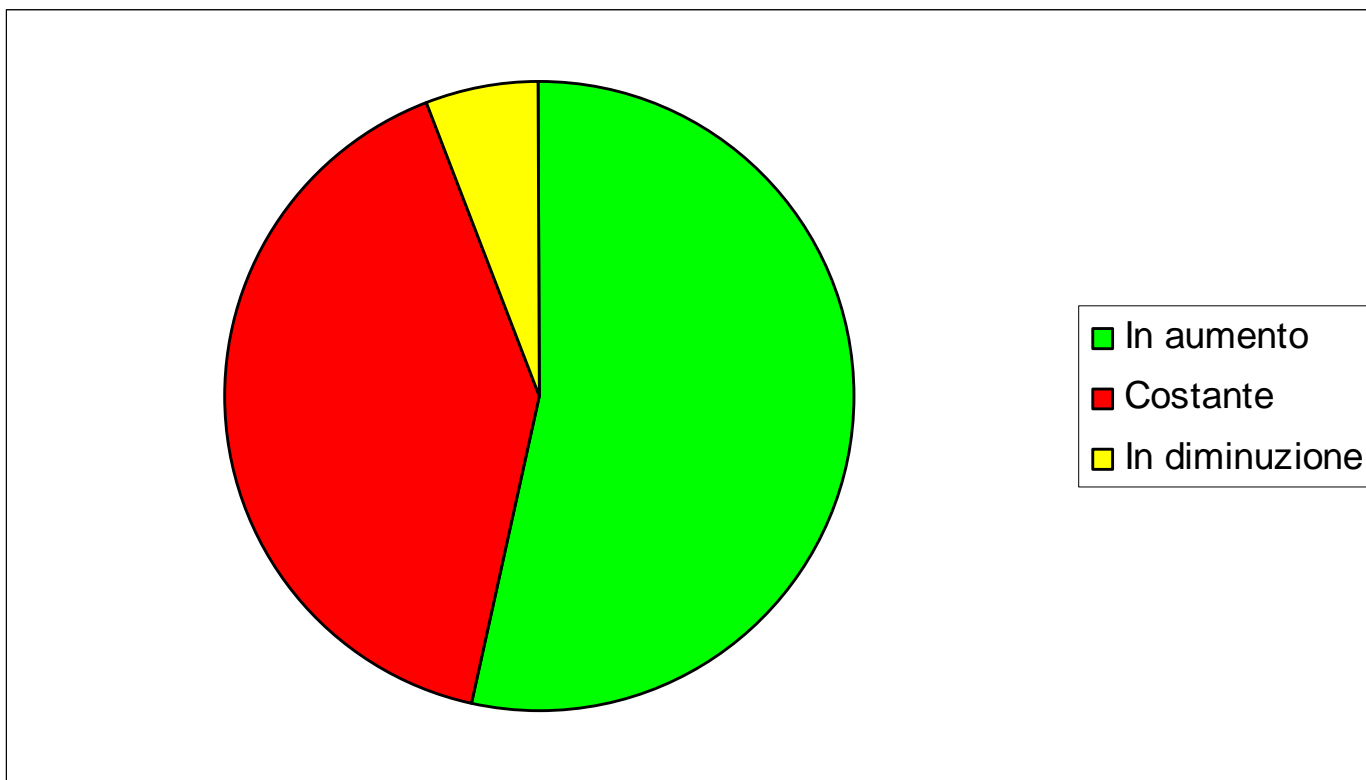


| | |
|---|---------------|
| NO | 23,76% |
| SI, ho accettato di effettuare la riparazione/manutenzione | 15,84% |
| SI, ma in NESSUN CASO accetto la riparazione/manutenzione | 5,94% |
| SI, ACCETTO il servizio, ma mi TUTELO | 40,59% |
| SI, ACCETTO, ma AUMENTO la tariffa di manodopera | 13,87% |



11) Ricambi forniti dal cliente

Andamento del fenomeno

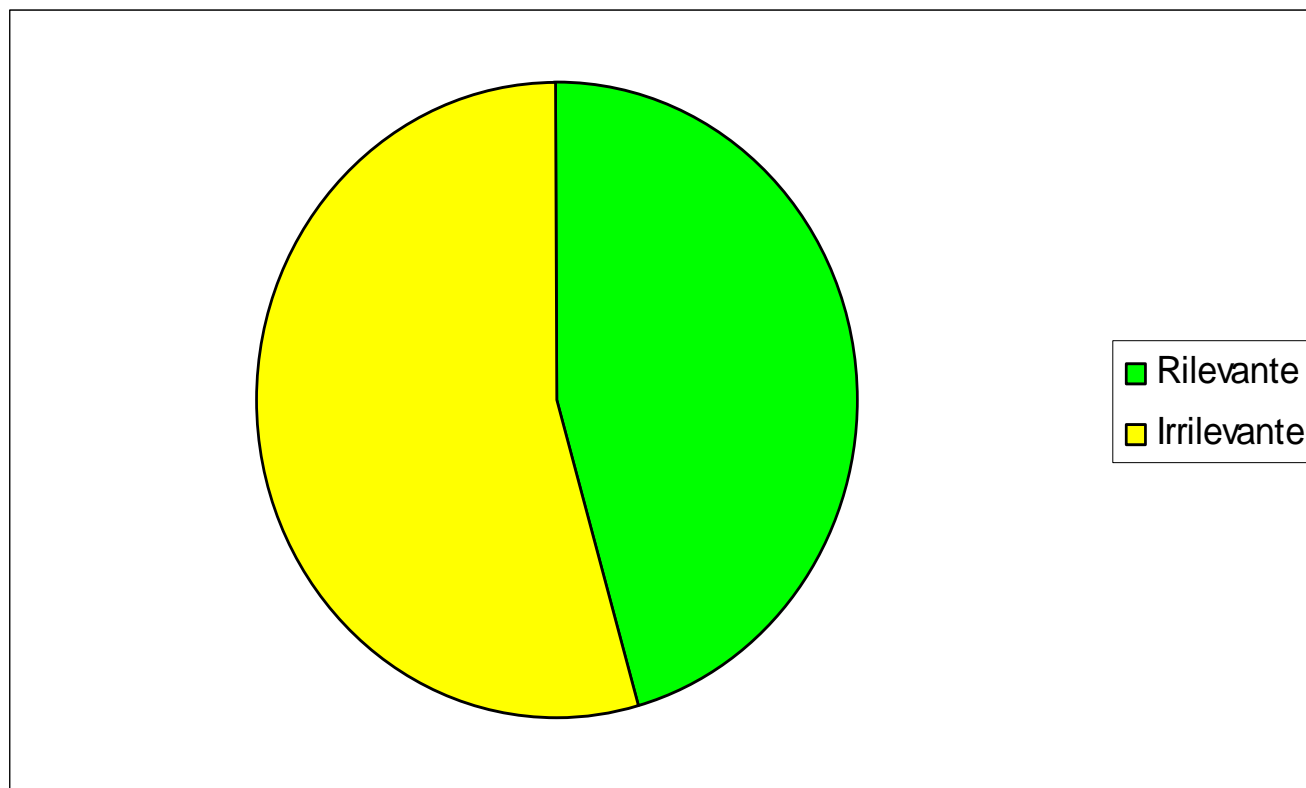


| | |
|----------------|--------|
| In aumento | 53,47% |
| Costante | 40,59% |
| In diminuzione | 5,94% |



12) Ricambi forniti dal cliente

Rilevanza del fenomeno

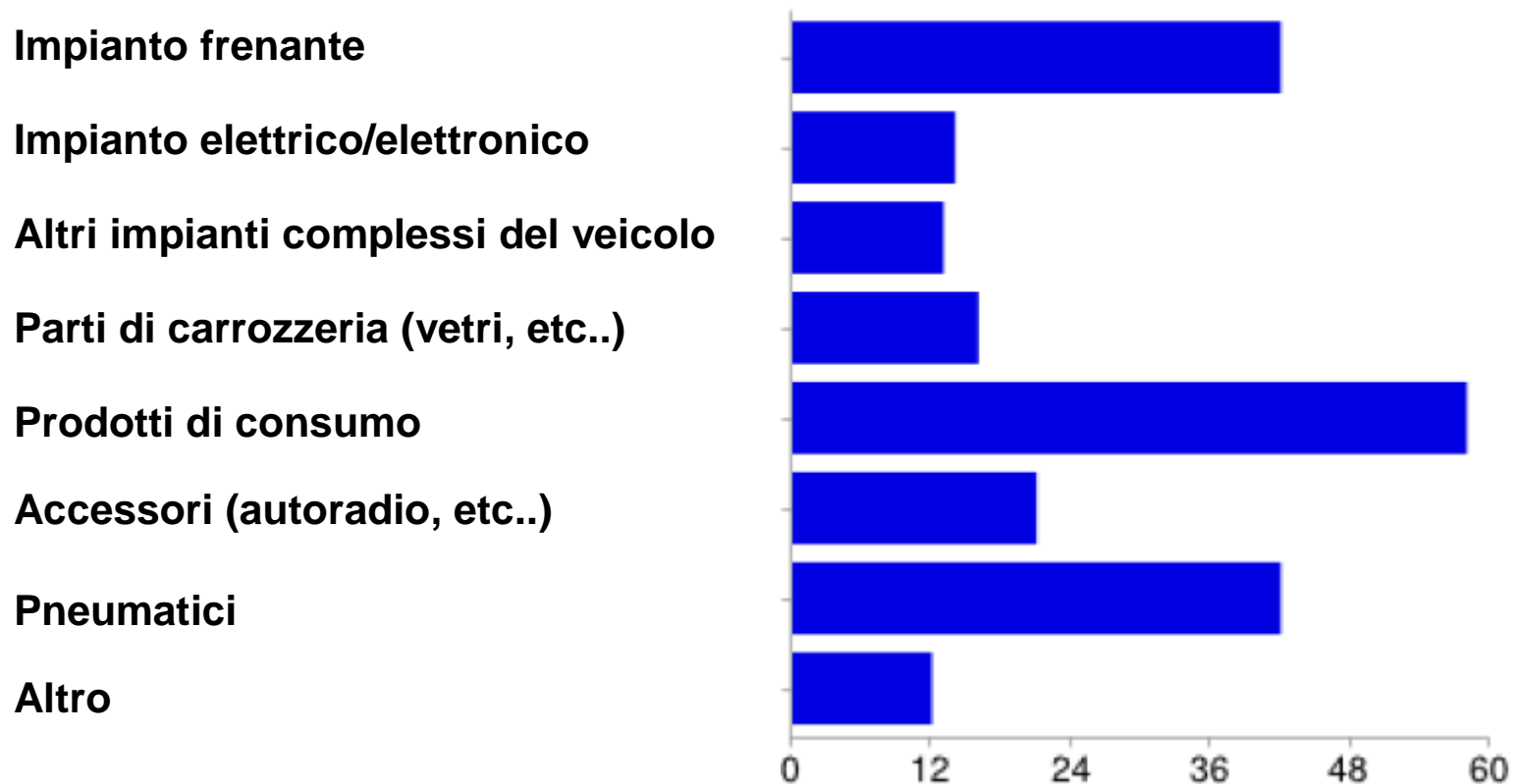


Rilevante 45,54%

Irrilevante 54,46%

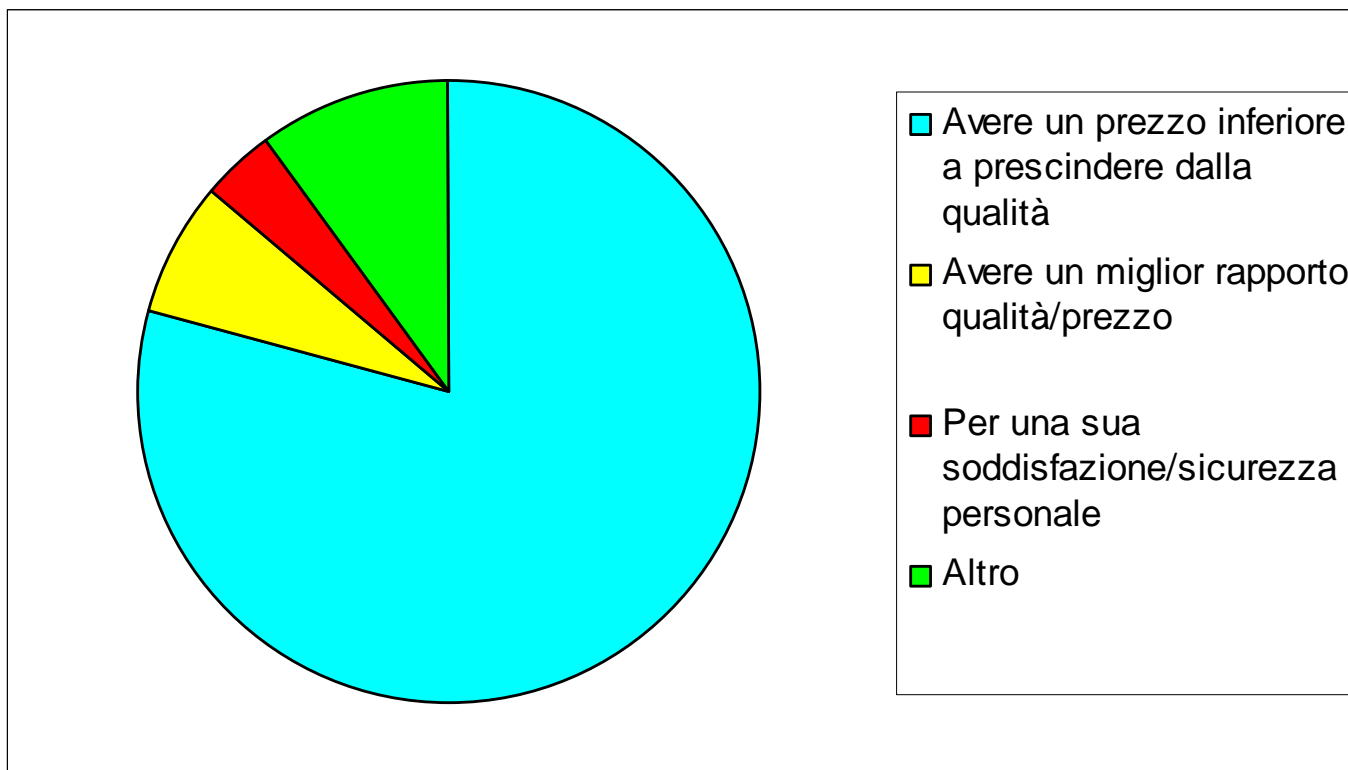


13) I prodotti/ricambi prevalentemente forniti dal cliente





14) Il cliente che fornisce i ricambi, principalmente lo fa per:



Avere un prezzo inferiore a prescindere dalla qualità 79,21%

Avere un miglior rapporto qualità/prezzo 6,93%

Per una sua soddisfazione/sicurezza personale 3,96%

Altro 9,90%

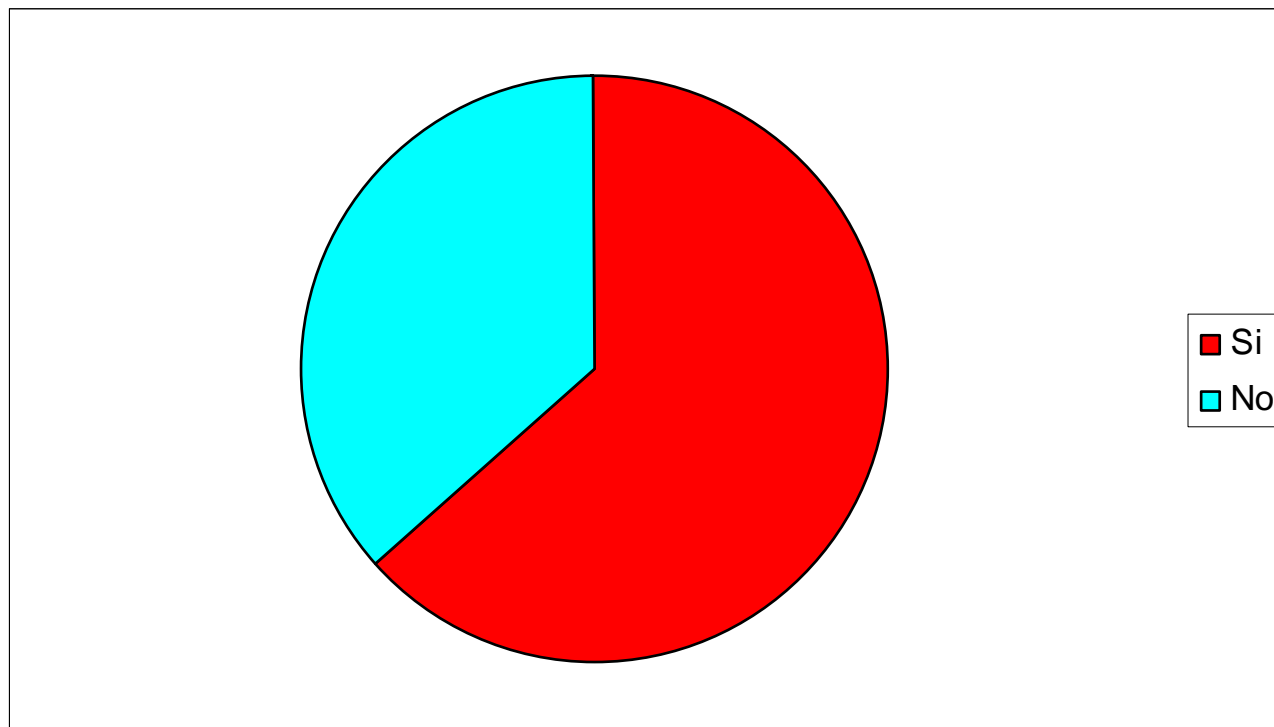
15) Cosa bisognerebbe fare per cercare di contrastare l'acquisto di ricambi da parte dei privati?



- non bisogna installarli;
- permettere la vendita solo a partite iva o meccatronici, soprattutto per i ricambi relativi alla sicurezza;
- non fare sconti ai privati;
- mano d'opera differenziata e dare maggiori informazioni sul diritto alla garanzia;
- ridurre i listini;
- aumentare gli sconti;
- sono liberi di farlo...



16) Ricambi contraffatti Sei a conoscenza del fenomeno?

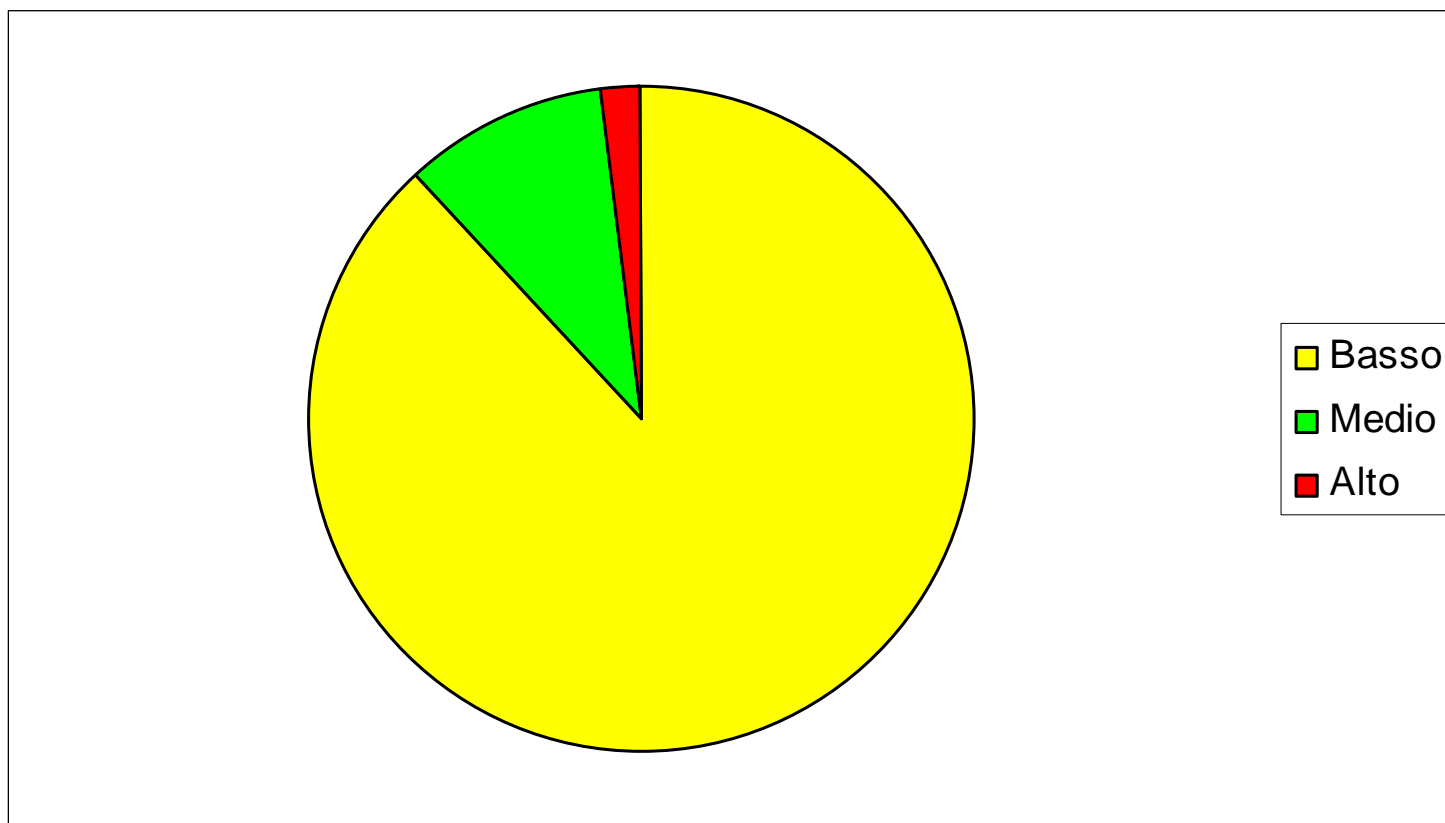


Si 63,37%

No 36,63%



17) Rischio ricambi contraffatti



Basso 88,12%

Medio 9,90%

Alto 1,98%



18) Osservazioni/suggerimenti

- richiedere ai ricambisti certificazioni del prodotto;
- serve più trasparenza e serietà da parte della categoria;
- rifornirsi da ricambisti seri ed affidabili;
- contrastare maggiormente il fenomeno del “lavoro nero”;
- rassegnazione, sono fenomeni purtroppo in aumento;
- siamo in Italia!!!.....



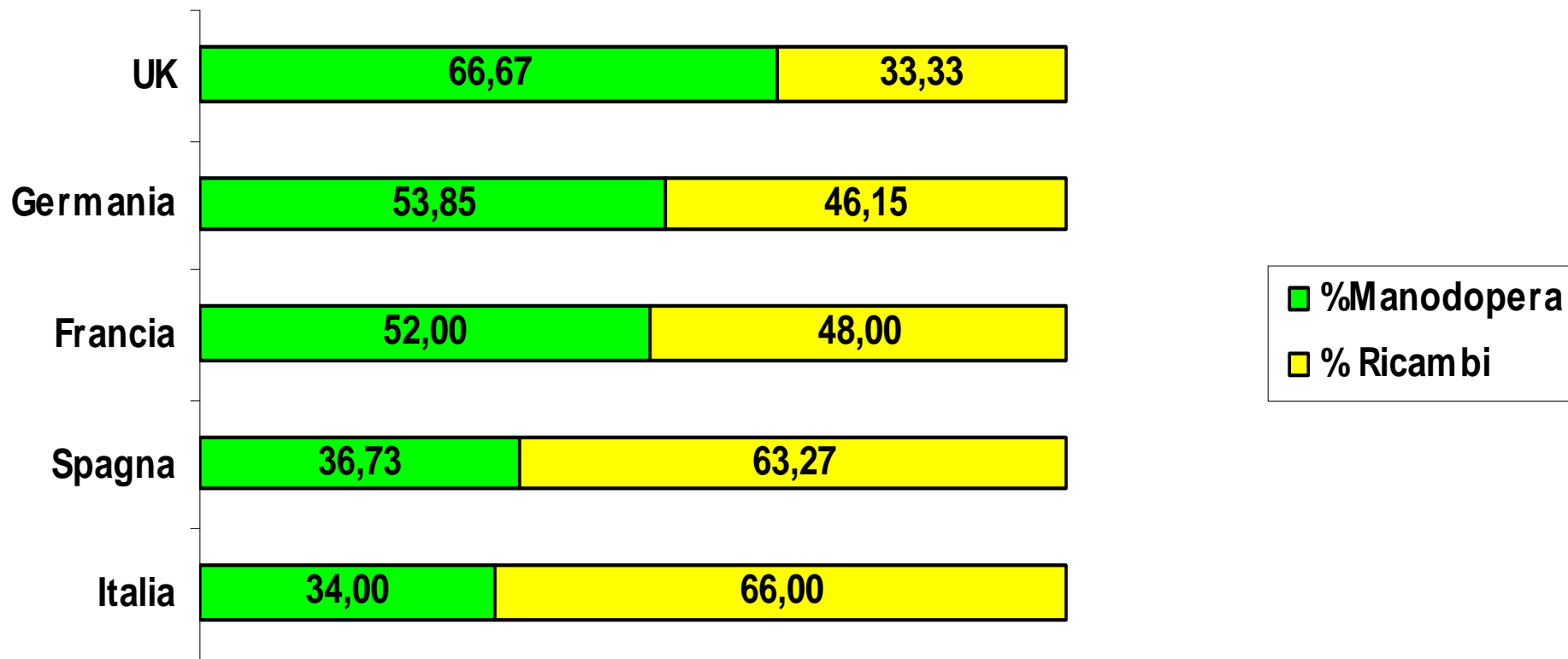
TARIFFA DI MANODOPERA

| | Germania | Spagna | Francia | ITALIA | Gran Bretagna |
|---------------|----------|--------|---------|--------|---------------|
| Concessionari | 70 | 49 | 60 | 45 | 104* |
| Riparatori | 55 | 38 | 47 | 31 | 59* |

*1 uk = € 0,864

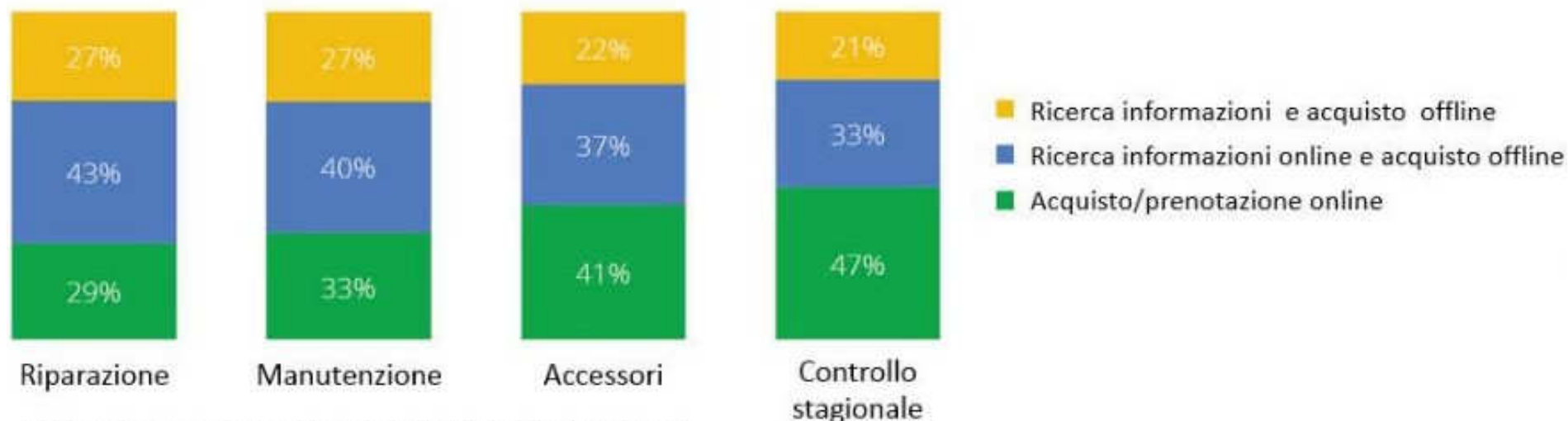


Stima profitto post-vendita





L'AUTOMOBILISTA SEMPRE PIÙ ONLINE ANCHE PER LE ATTIVITÀ POST VENDITA



Fonte: Google+ Sterling Driver Insights Study 2013 (dati US)

Oltre il 30% degli automobilisti italiani cerca informazioni sul web prima di portare la vettura in assistenza (Fonte: Consumer Survey ICDP 2013). E sono già tra i più attivi in Europa nell'acquisto online dei pneumatici ...



Fonte: Delticom Report, maggio 2014 – Dati su Italia



B2C: SVILUPPO DIVERSO NEI VARI MERCATI, ALCUNI PLAYER SI STANNO CONSOLIDANDO



Nel 2013 le vendite di ricambi online hanno rappresentato circa il 3% del mercato con riferimento a ricambi per meccanica e carrozzeria e oltre il 10% per i pneumatici

* Comprende fatturato generato in altri mercati europei (solo B2C)

NUOVI FORMATI NEL BUSINESS DEI RICAMBI, SPESSO UN MIX TRA PROCESSI INNOVATIVI E TRADIZIONALI

La necessità di focus sulla competitività dei prezzi e le peculiarità del business model rendono incerta la crescita (soprattutto dei profitti)

Migliore efficienza del sistema di fornitura, ma spesso il livello di servizio non è sufficiente

Player online

Quale ruolo per i dealer?
Fino ad oggi in pratica assenti

Player tradizionali



In generale un canale aggiuntivo per interagire con i clienti, utile soprattutto per accessori e ricambi non urgenti

Difficile andare oltre il 'catalogo web' per le limitazioni legate ai tempi di consegna, tranne per ricambi a bassa rotazione o non urgenti