

# AUTO AZIENDALI USATE

## ECCO I CANALI PIÙ UTILIZZATI PER IL REMARKETING

Alla scadenza del contratto di noleggio, le vetture vengono vendute utilizzando diversi canali, dopo esser state proposte ai driver e ai loro parenti e amici. Ecco come funziona la rivendita delle auto ex-noleggio per alcuni importanti soggetti del settore



di Serena Piazzi



**CARLO  
BASADONNA,  
DIRETTORE  
REMARKETING  
ARVAL**

Per **Arval**, che in Italia commercializza circa 40mila auto usate all'anno, "sono molteplici i canali con cui gestire questo parco", spiega a *MissionFleet* **Carlo Basadonna**, Direttore Remarketing della società. "Il principio generale rimane sempre quello di trovare il miglior canale di vendita per ogni differente veicolo, anche se tuttora la metà delle nostre vetture vengono ritirate da *dealer* qualificati di auto usate. In questo caso, procediamo attraverso un sistema di aste online quotidiane, organizzate sulla nostra piattaforma web **MotorTrade** secondo un calendario specifico. E il nostro personale commerciale è sempre pronto a supportare gli interessati lungo tutto il processo d'acquisto". Così come i driver che possono anche godere di soluzioni finanziarie personalizzate di **Findomestic**, partner del gruppo. "Circa il 20% del nostro usato è invece acquistato direttamente



dal consumatore finale. È una vendita che potremmo definire **B2B2C**, in quanto le automobili sono esposte in 16 punti vendita dislocati sul territorio nazionale. I privati possono procedere direttamente all'acquisto 'in loco' grazie ad un'efficace partnership con **Ariel (Gruppo Ecoprogram)**. "Per vetture particolari come le ammiraglie di grossa cilindrata con motori a benzina o veicoli particolarmente richiesti da altri mercati, procediamo con la vendita all'estero avvalendoci della collaborazione di **Arval Trading**, azienda del Gruppo che coordina questo tipo di attività" spiega Basadonna, che sottolinea come "poter contare su diverse modalità di remarketing e su un mix di canali, selezionando di volta in volta quello più adatto al veicolo da ricollocare sul mercato,

consente ad **Arval** di massimizzare il valore dei mezzi". "I veicoli **BMW-MINI** sono proposti in vendita prevalentemente sulla rete ufficiale dei concessionari della casa automobilistica tedesca. Per i veicoli delle altre marche, invece, vengono sfruttati entrambi i canali **B2B** e **B2C**" afferma **Roberto Sticca**, operations director di **Alphabet** in Italia. Nel primo caso, gli operatori professionali del settore usato possono accedere alla piattaforma web **Alphabet Used Cars Italia** e partecipare alle numerose aste elettroniche internazionali dove possono trovare una vasta gamma di marche e modelli tra cui scegliere: dalle aste dedicate ai veicoli commerciali, a quelle per le auto incidentate, fino alle due



► 1 novembre 2017

## MISSION FLEET SPECIALE REMARKETING



**ROBERTO STICCA,**  
**OPERATIONS**  
**DIRECTOR DI**  
**ALPHABET**  
**IN ITALIA.**  
**A DESTRA,**  
**FLORIANO**  
**BORGOGNO,**  
**REMARKETING**  
**SENIOR**  
**MANAGER**  
**DEKRA**

aste settimanali per le *passenger car*.

Anche la vendita B2C passa in primis dal canale online. Il privato, infatti, può visionare i veicoli attualmente disponibili direttamente sull'area dedicata all'usato presente nel sito di *Alphabet* per le auto non riscattate direttamente dal driver. "Il contatto avviene anche sfruttando nuove modalità come l'app *Alphabet Mobility Services*, che supporta il driver nella gestione a 360° del veicolo. L'offerta vale anche per i familiari e amici del driver, ai quali sono riservate le stesse condizioni d'acquisto" dice Sticca.

Lo stesso succede a *Leasys*: "se il driver non è interessato, le vetture si avviano a un processo che prevede vari canali distributivi. Il primo è la vendita diretta a privati presso i *Clickar Point*, ovvero circa 25 'piazze' su tutto il territorio italiano, mentre il secondo è la vendita attraverso il nostro *Clickar.biz*, marketplace online dell'usato automotive dedicato ai professionisti del settore" commenta **Claudio Catania**, Remarketing Manager, *Leasys*. "Clickar si caratterizza per le aste online per gli operatori b2b

che possono aggiudicarsi le auto in vendita facendo offerte su ogni singolo pezzo disponibile. *Leasys* ha creato anche l'app **Clickar Business**, che permette di accedere al portale *Clickar.biz* in qualsiasi momento. Da circa un anno *Leasys* ha aperto il portale anche a banditori esterni - società di noleggio, banche, società finanziarie e assicurazioni, case produttrici, grandi concessionarie multibrand - che contribuiscono alla vetrina di *Clickar.biz*, dove ogni giorno si svolgono almeno cinque aste, con una rotazione che ci consente di vendere ogni auto in circa un mese e mezzo di tempo medio" aggiunge Catania. Oltre a essere gestito direttamente dai noleggiatori, il processo di remarketing può anche essere affidato a società esterne, come ad esempio **Dekra** che, con la Divisione Automotive Solutions, gestisce oltre il 60% del mercato italiano dei *Young used vehicle* ed *End of term*. "A meno di due mesi dalla scadenza del contratto, mediante il nostro *contact center* ricontattiamo tutti gli utilizzatori per proporre loro l'acquisto della vettura che hanno in uso, per se stessi, per un parente, oppure per un amico. Se si dimostrano interessati, il contatto passa poi al team commerciale di **Dekra** che a quel punto gestisce la trattativa e finalizza la vendita in tutte le sue fasi. La nostra esperienza ci consente di affermare che circa il 20% degli utilizzatori si dimostra molto interessato ad approfondire questa possibilità dopo il primo contatto. L'effettiva conclusione della vendita dipende poi ovviamente dalle politiche commerciali adottate dal noleggiatore per questo canale B2D" afferma **Floriano**

**Borgogno**, remarketing senior manager **Dekra**. E se il driver non fosse interessato "può aprirsi l'opportunità della rivendita che ci vede nuovamente coinvolti come **Dekra** a circa 15 giorni dalla scadenza di ciascun contratto, grazie a un team di consulenti commerciali dedicato al canale B2B con delle piattaforme web di rivendita online sviluppate internamente e destinate ad un panel di operatori ristretto e selezionato dal noleggiatore stesso", o far ritirare l'auto ai Service Point. "In caso di mancata vendita si



passa poi ai canali che possiamo definire standard: la Vendita online, quella diretta al Privato, oppure, come sta avvenendo in alcuni casi, l'esposizione delle vetture usate in una rete di punti vendita aperti al pubblico e in alcuni importanti centri commerciali presenti in Italia", chiosa il manager.