



Focus Preventivi

Indagine presso la distribuzione

Settembre 2017

Copyright **GiPA**



Focus Preventivi

- 1. Obiettivi, metodologia e campione**
2. Risultati studio
3. Conclusioni

Obiettivi dello studio



- ⇒ Analizzare l'attitudine dei professionisti della distribuzione ricambi rispetto alla redazione di un preventivo
- ⇒ Rilevare le eventuali discriminanti fra i diversi operatori
- ⇒ Analizzare il comportamento dei distributori (ricambisti) rispetto all'efficacia dei loro preventivi

Metodologia dello studio



- ⇒ Indagine CATI presso 101 professionisti della distribuzione ricambi, suddivisi fra Ricambisti con forza vendita e Ricambisti senza forza vendita
- ⇒ Questionario dedicato, somministrato ai professionisti durante la prima settimana di settembre
- ⇒ I risultati dello studio sono elaborati e presentati da GiPA Italia.



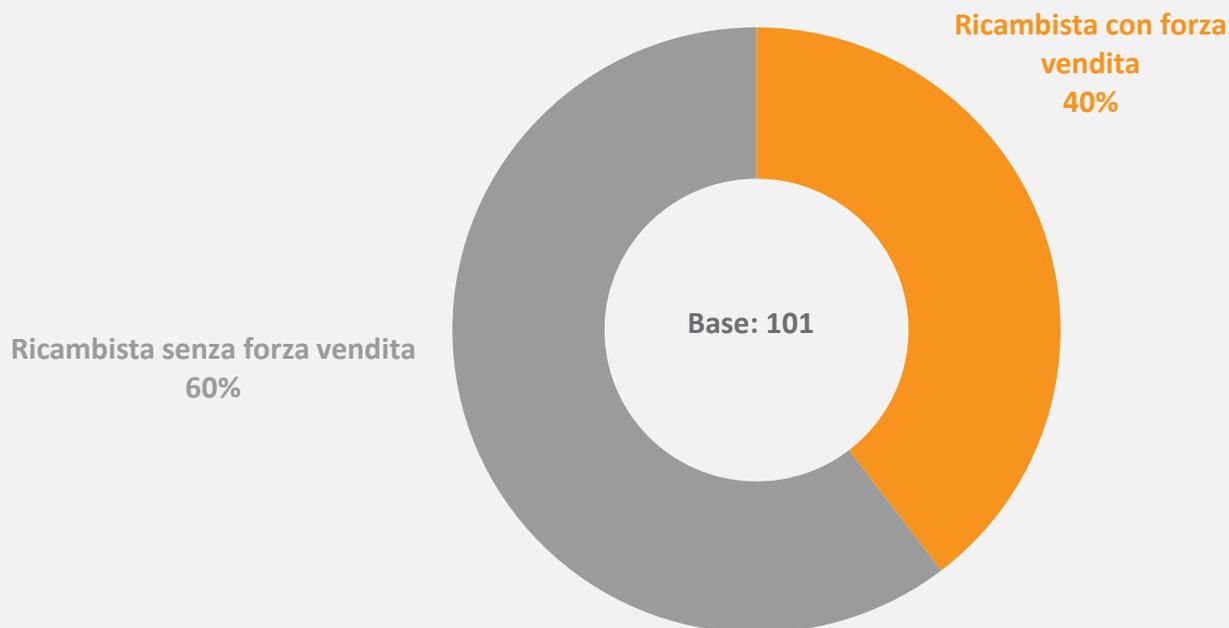
Focus Preventivi

1. Obiettivi e metodologia
- 2. Risultati studio**
3. Conclusioni

Caratteristiche del campione

⇒ Sono stati intervistati 101 specialisti della distribuzione ricambi.

Identificazione del campione

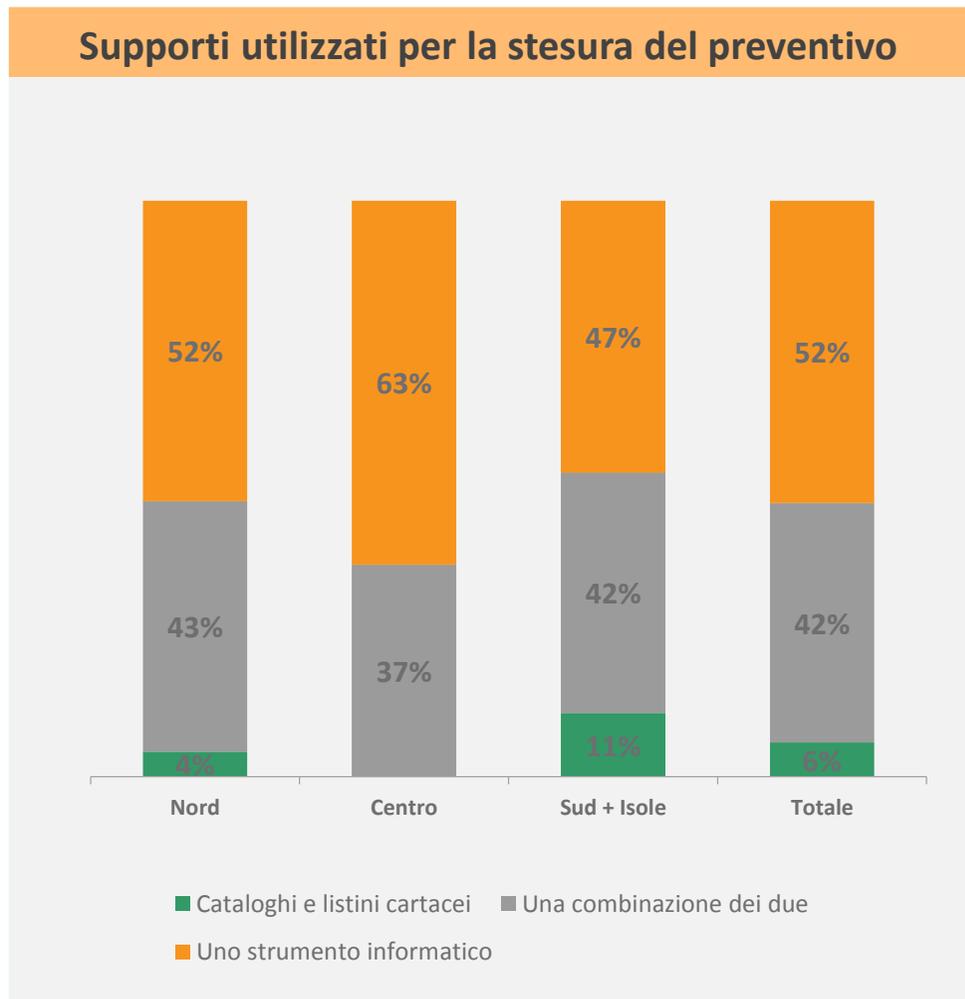
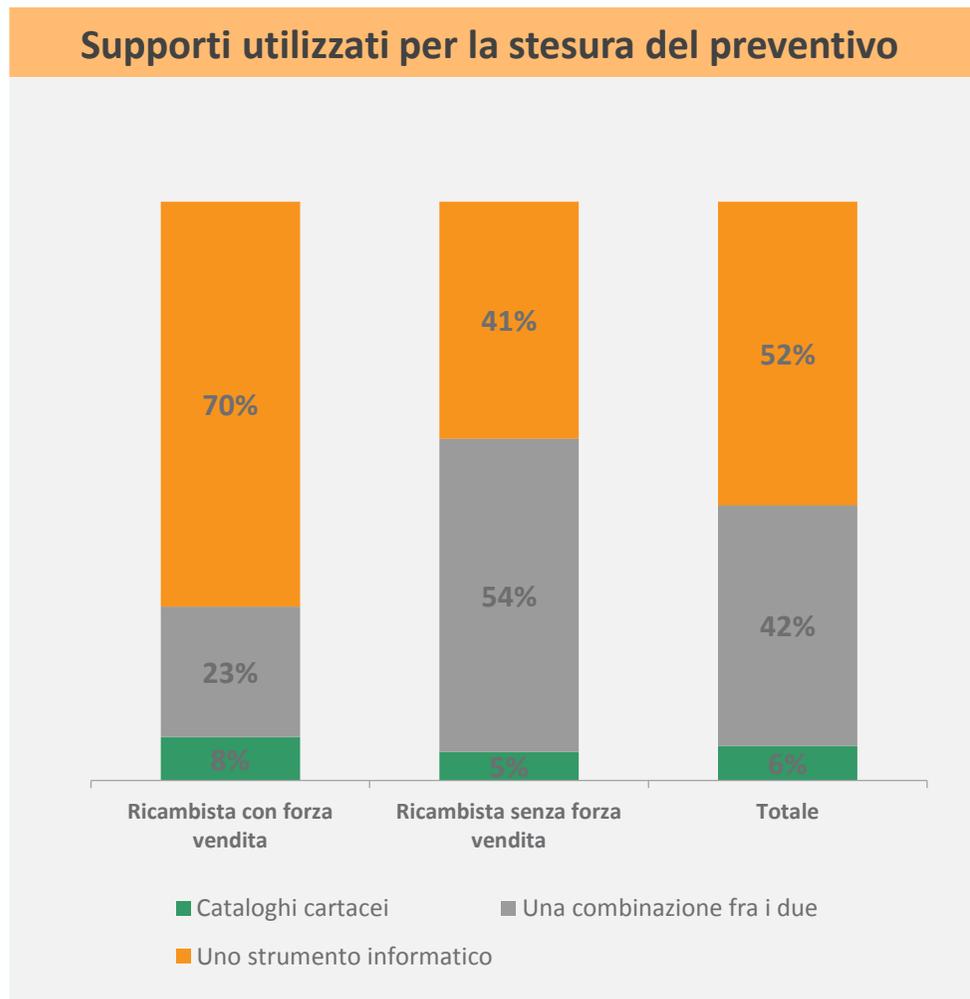


📌 Il 60% dei professionisti intervistati è composto da ricambisti senza forza vendita.

La stesura del preventivo

⇒ Il 100% degli intervistati dichiara che preparare preventivi per i propri clienti è parte integrante del lavoro.

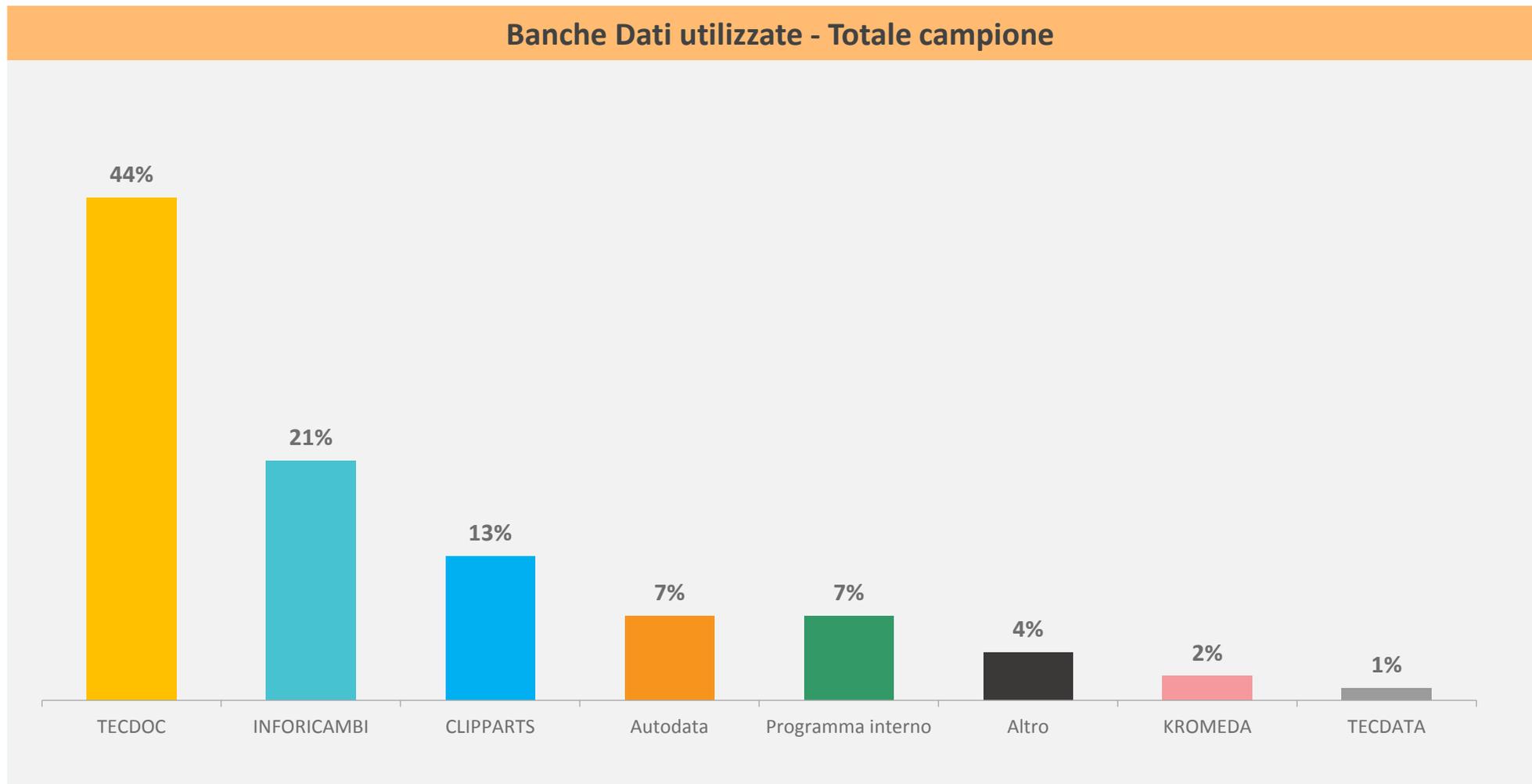
⇒ Più è strutturato l'operatore, più le Banche Dati diventano importanti per supportare l'attività.



⇒ Il 52% degli intervistati utilizza una banca dati informatica per redigere un preventivo

La stesura del preventivo – Le Banche Dati utilizzate

⇒ Sono principalmente tre le Banche Dati utilizzate dai professionisti della distribuzione

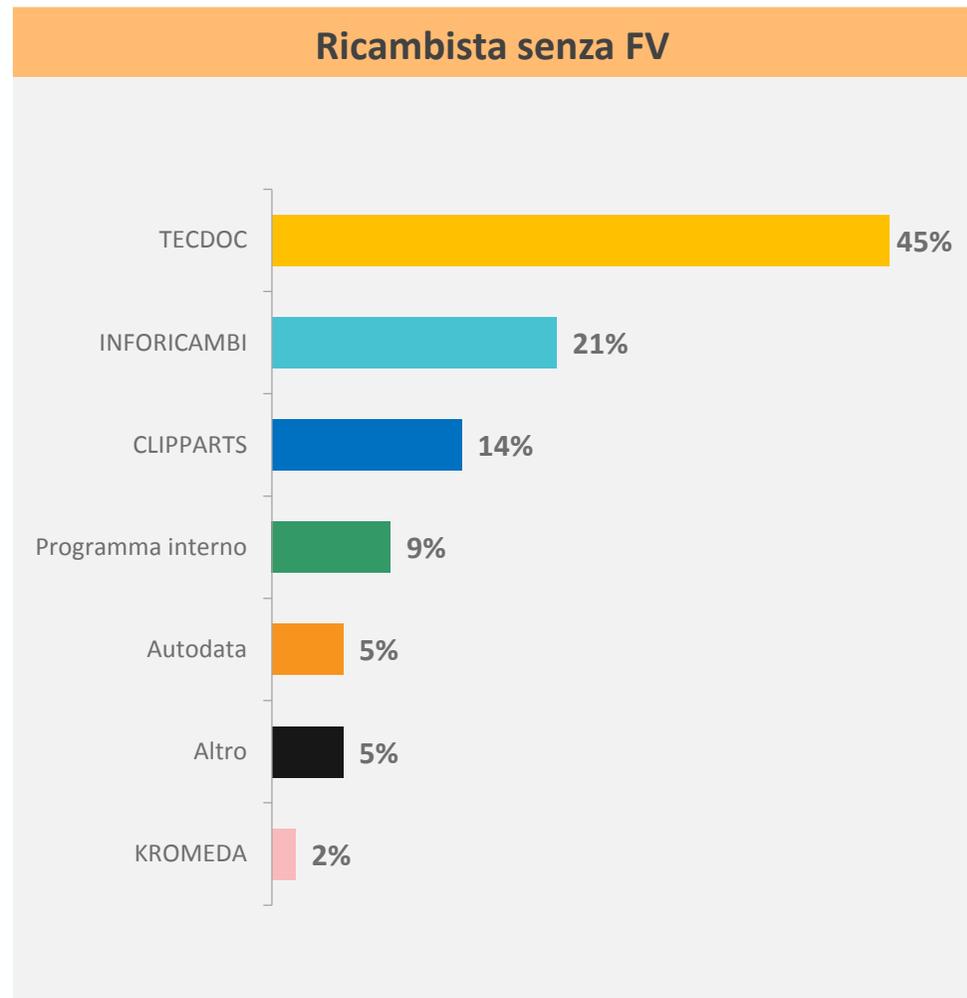
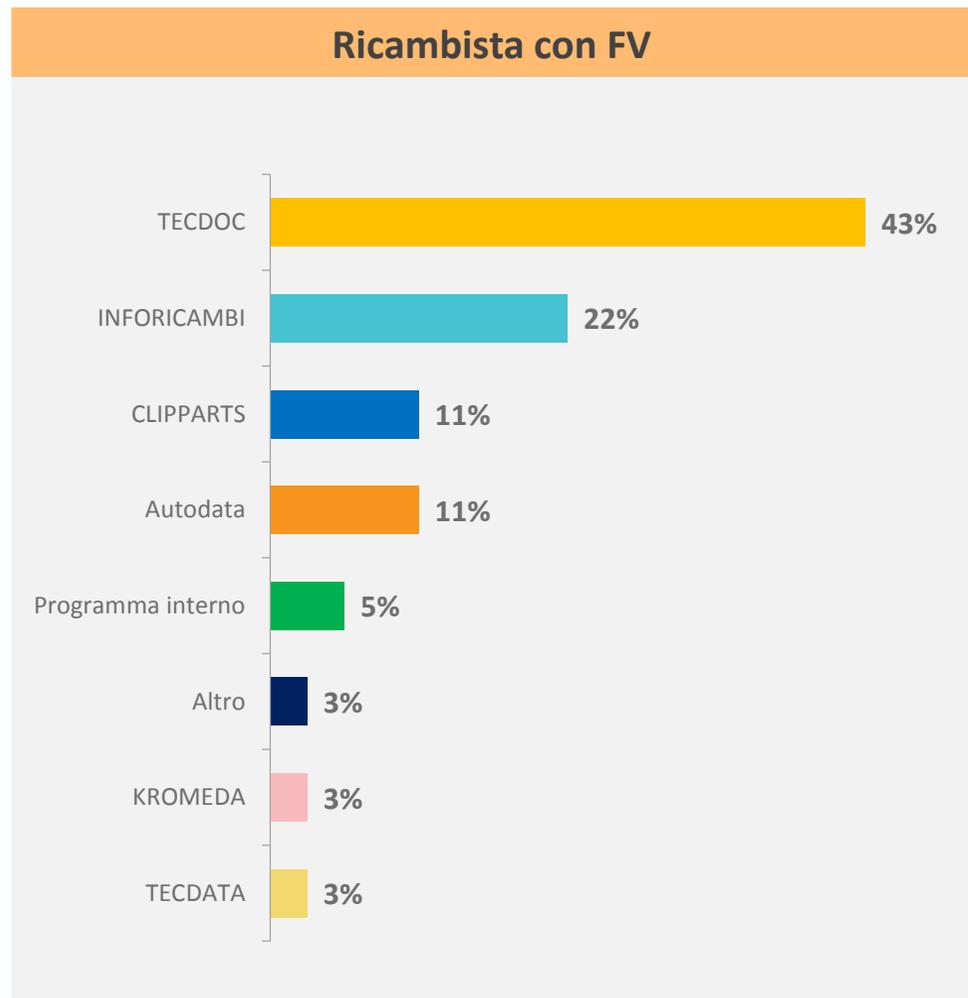


📌 Il 44% degli intervistati utilizza principalmente Tecdoc

La stesura del preventivo – Le Banche Dati utilizzate

➔ I ricambisti prediligono l'utilizzo di TECDOC.

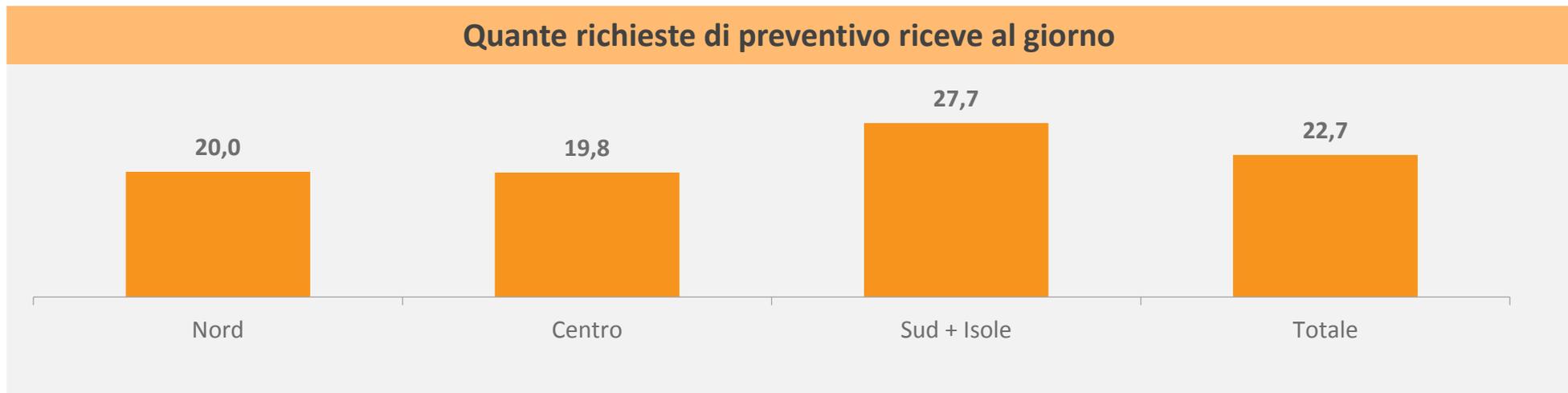
➔ Autodata più diffuso presso i ricambisti con FV



📌 Tecdoc viene citato nel 43% dei casi dai Grossisti e Ricambisti con forza vendita

Numero di preventivi richiesti al giorno

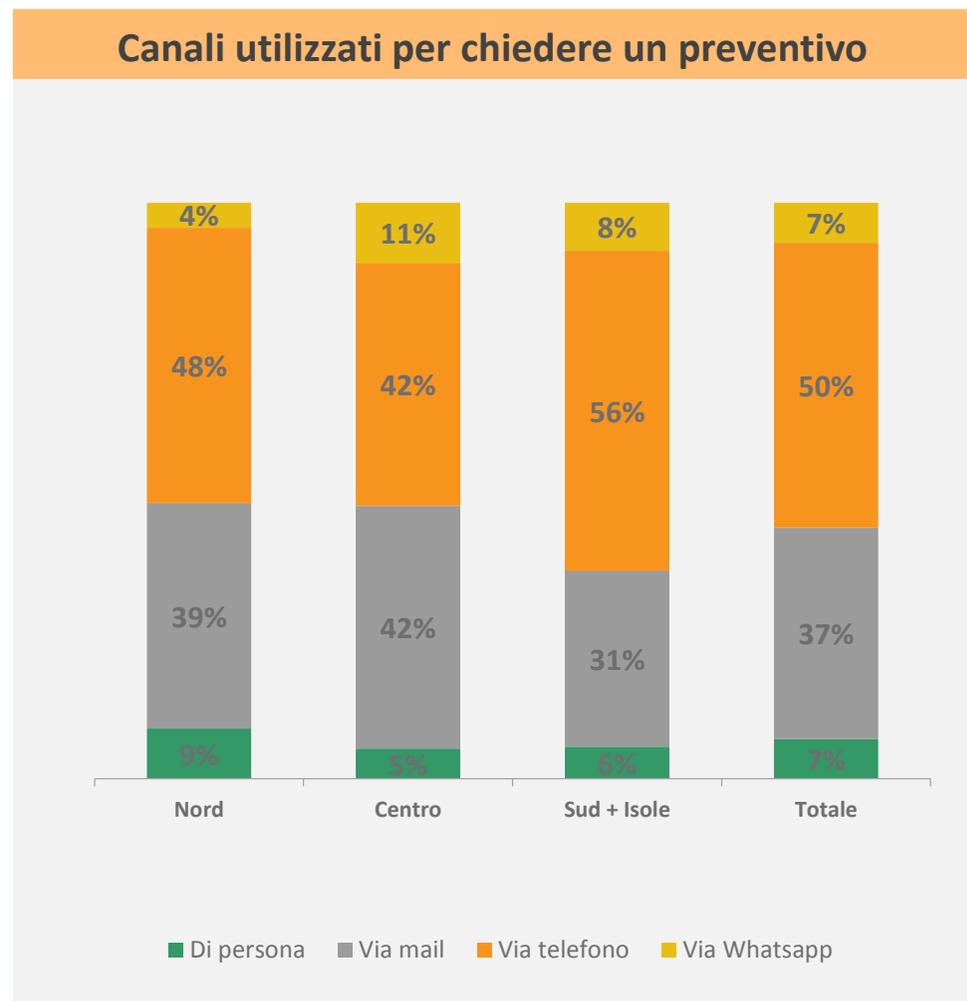
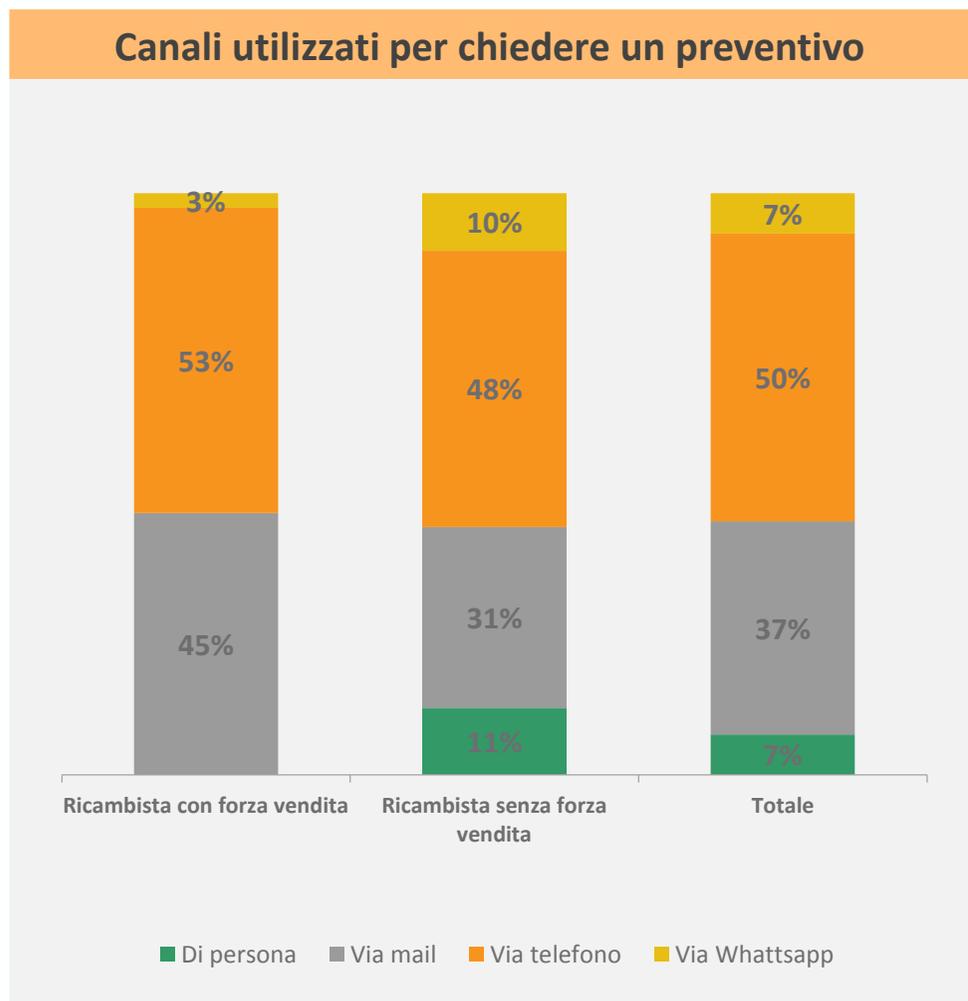
- ⇒ Il 100% degli intervistati dichiara di non chiedere alcun contributo economico per la stesura del preventivo
- ⇒ Il numero maggiore di preventivi vengono richiesti nel Sud e Isole



📌 I ricambisti con forza vendita ricevono mediamente 28,6 richieste di preventivo ogni giorno

Come riceve le richieste di preventivo

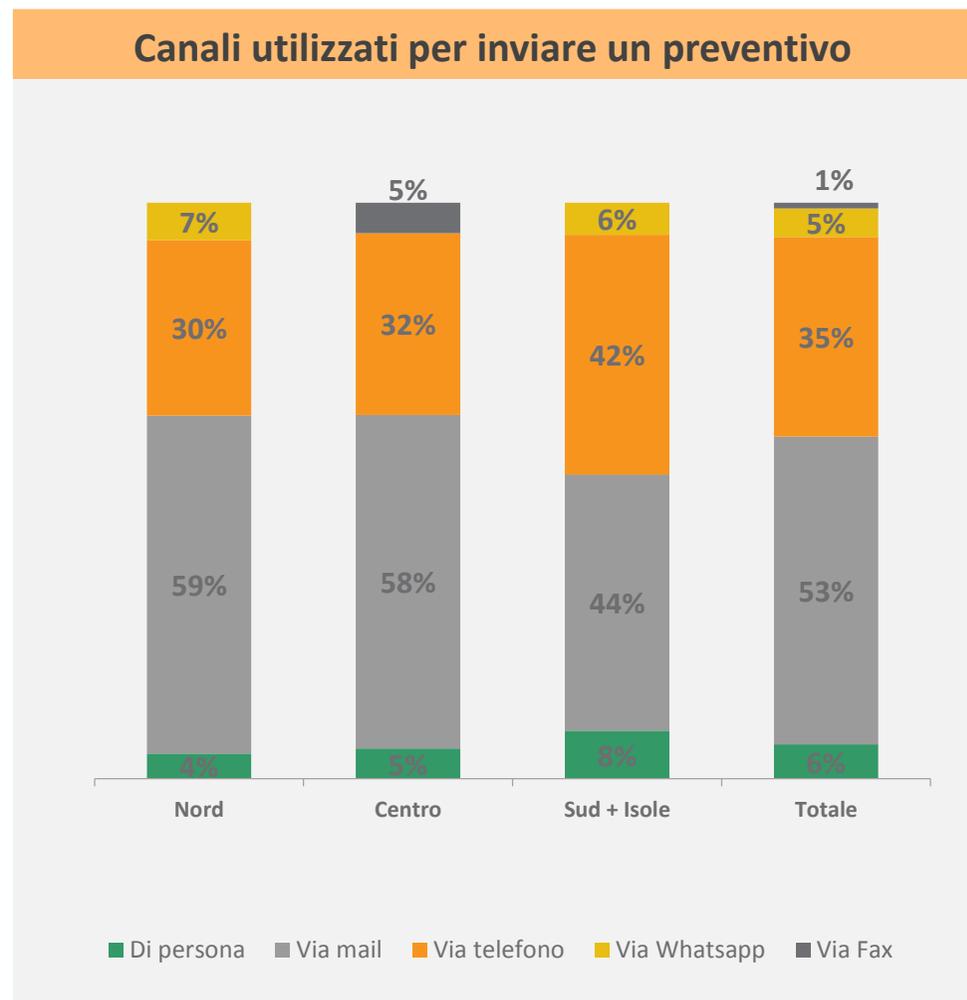
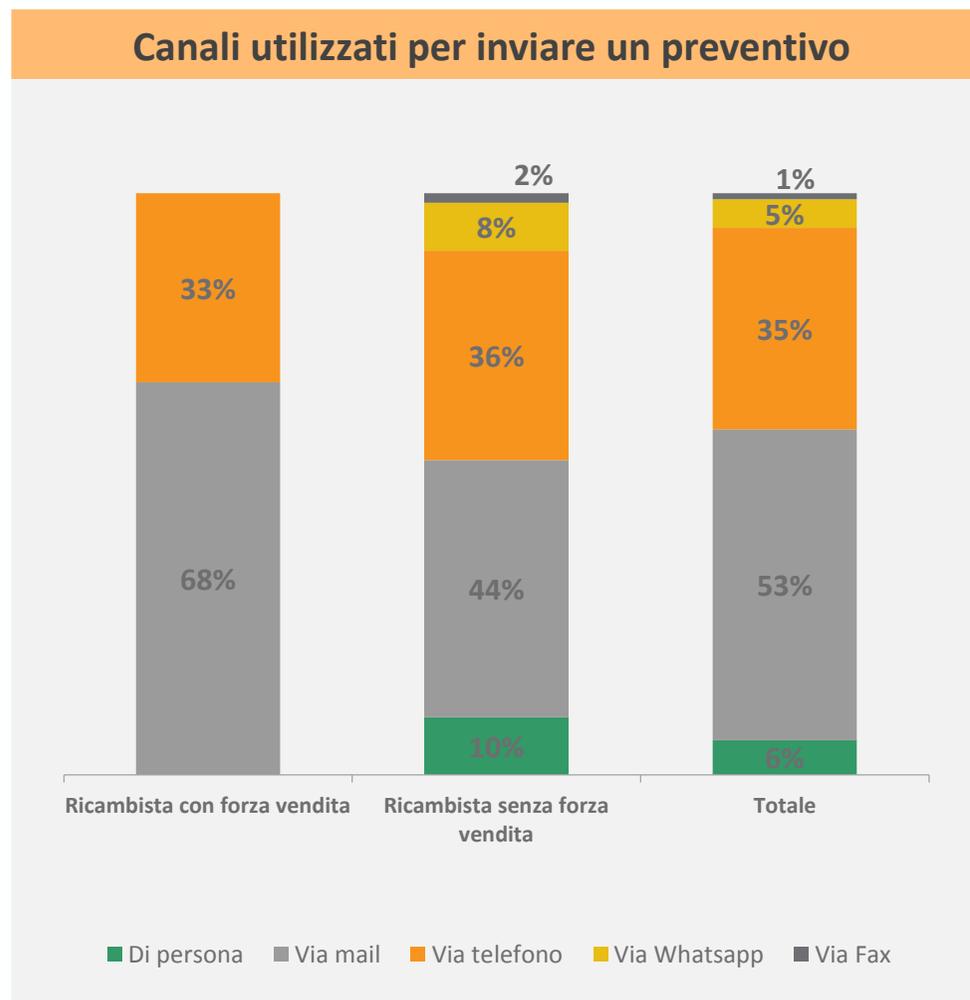
- ⇒ Solo per i «ricambisti/accessoristi» senza forza di vendita, la relazione personale diretta trova ancora spazio.
- ⇒ Il telefono rimane il primo canale per le richieste di preventivo.



📌 Il 56% dei grossisti intervistati riceve le richieste di preventivo via email.

Come invia i preventivi richiesti

- ➔ La mail è il primo canale per inviare i preventivi, in risposta all'invio della richiesta.
- ➔ La quota di risposta per mail supera di 16 punti la quota di mail di richiesta.

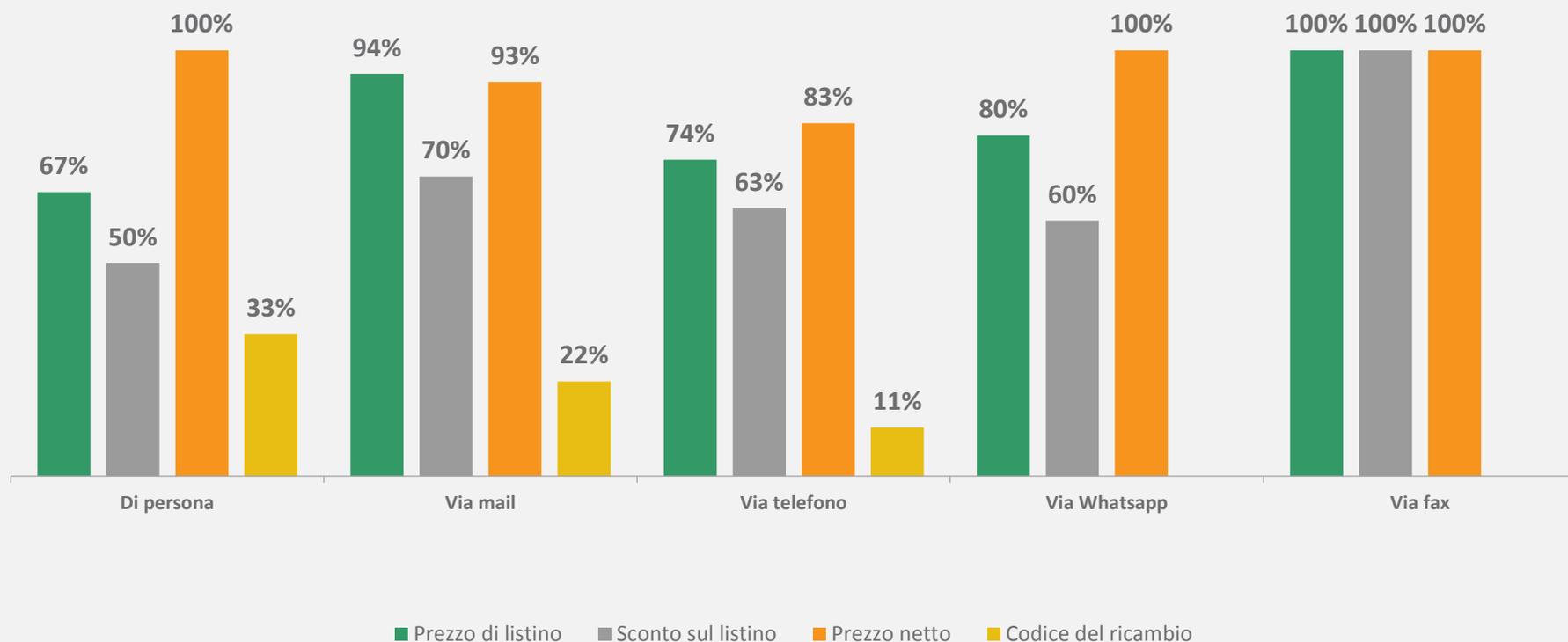


📌 Il 68% dei grossisti e ricambisti con forza di vendita intervistati invia i preventivi via email.

Quali dati comunica in dettaglio nel preventivo

- ⇒ Il codice del ricambio è spesso un'informazione che si trascurava quando si fornisce un preventivo.
- ⇒ Listino, sconto all'officina e prezzo netto sono i dati che si combinano in molte offerte.

Canali utilizzati e informazioni fornite – Totale campione

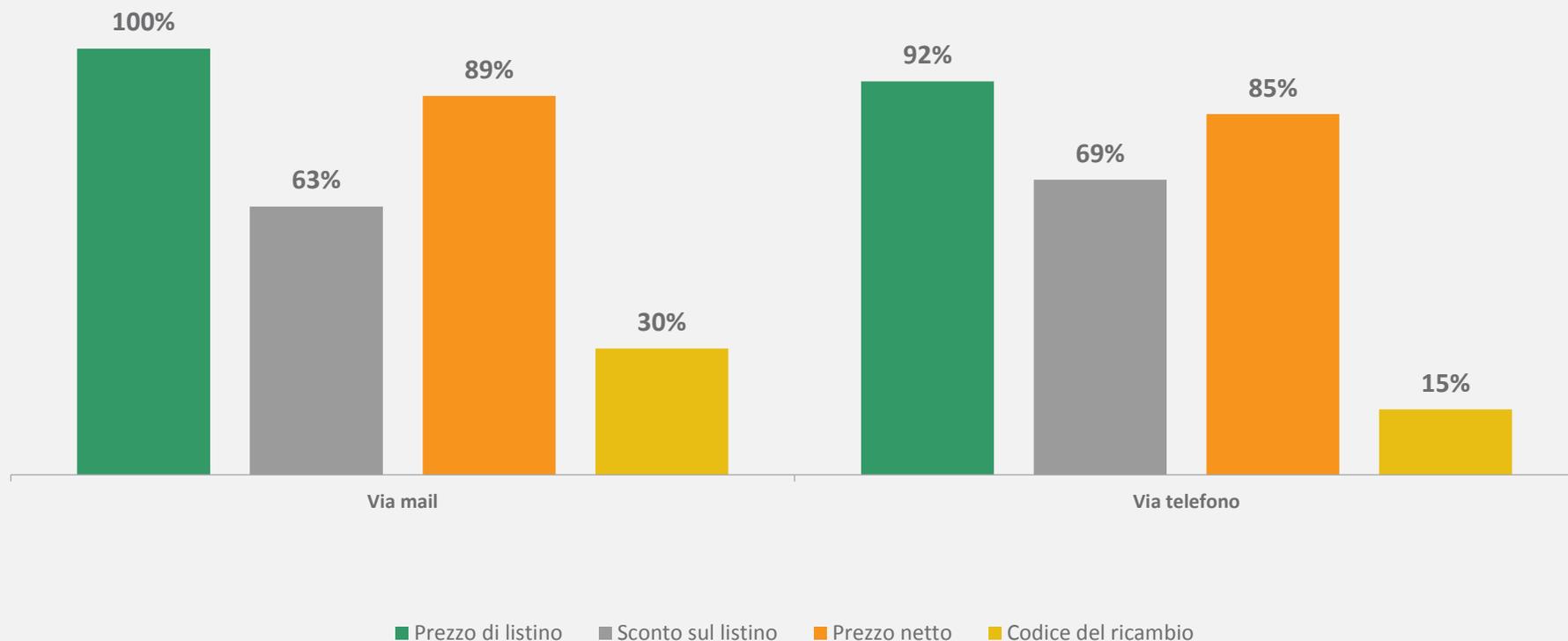


🔗 Nei preventivi comunicati via mail oltre 9 volte su 10 vengono indicati il prezzo di listino e il prezzo netto.

Quali dati comunica in dettaglio nel preventivo

⇒ Via telefono i grossisti e ricambisti con forza vendita sono meno propensi a comunicare il codice del ricambio rispetto a quando inviano un preventivo via mail.

Canali utilizzati e informazioni fornite – Ricambista con forza vendita

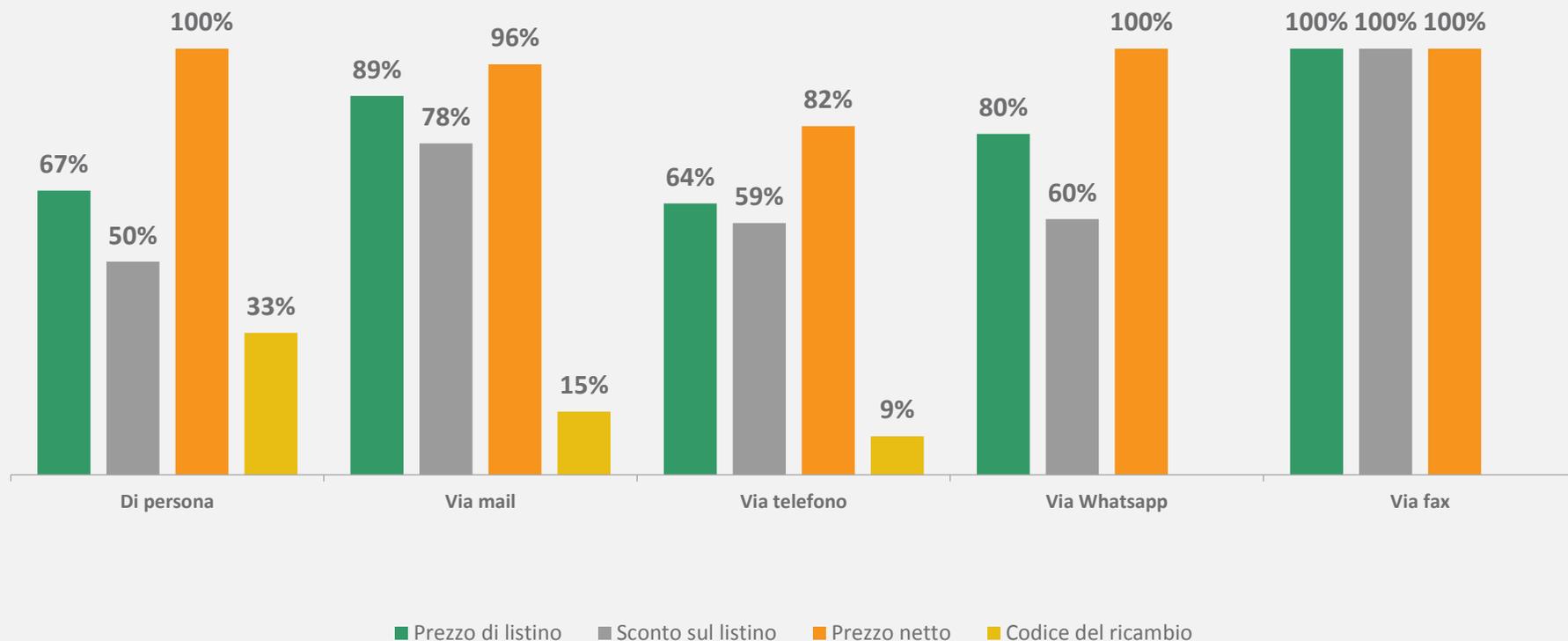


🔗 Il prezzo di listino è sempre comunicato all'interno del preventivo. Quasi 9 volte su 10 viene comunicato anche il prezzo netto.

Quali dati comunica in dettaglio nel preventivo

⇒ Il ricambista senza forza vendita utilizza più canali per comunicare ai propri clienti i preventivi richiesti.

Canali utilizzati e informazioni fornite – Ricambista senza Forza Vendita



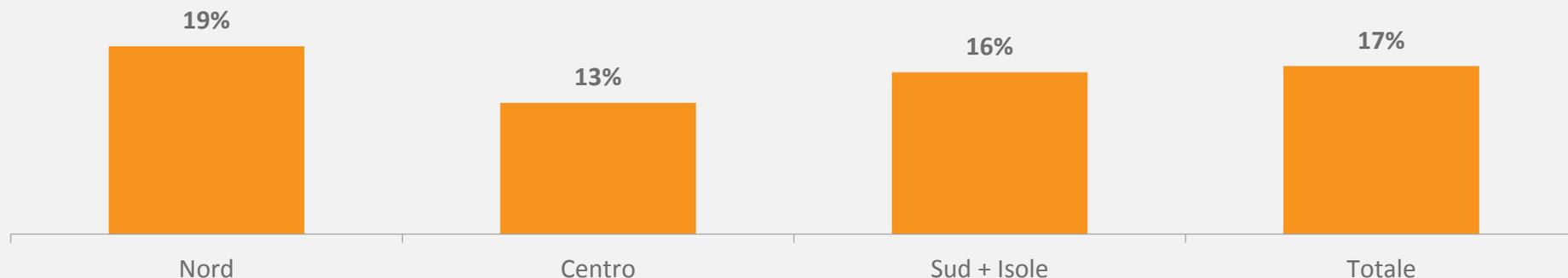
⇒ Quando fornisce un preventivo di persona il ricambista senza forza vendita fornisce il prezzo di listino meno di 7 volte su 10.

Richieste di preventivo incomplete per una corretta stesura

⇒ Meno di un preventivo su cinque contiene informazioni incomplete.

⇒ I più precisi sembrano essere gli operatori delle regioni del centro.

% di richieste che contengono informazioni incomplete per una corretta stesura



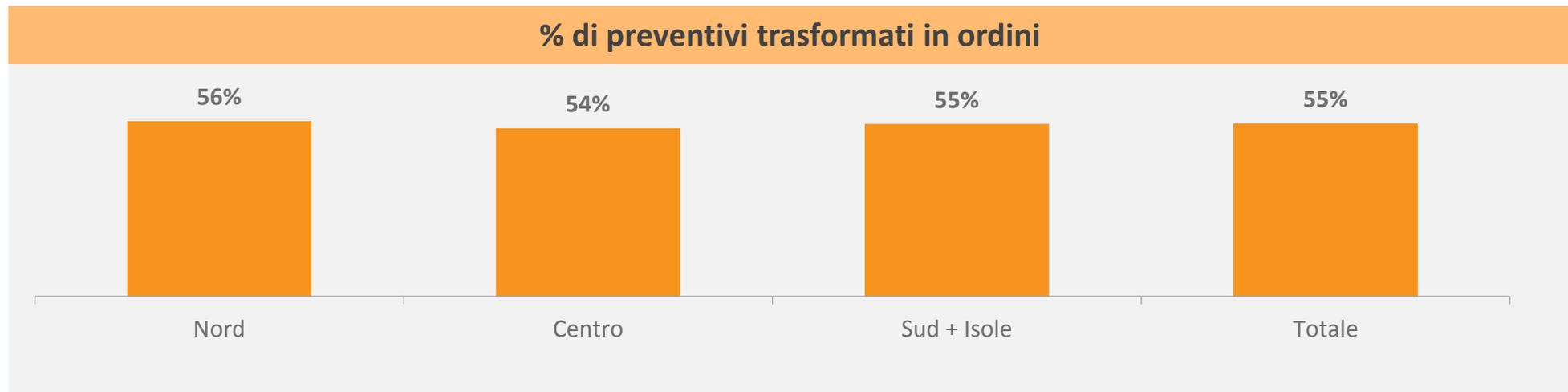
% di richieste che contengono informazioni incomplete per una corretta stesura



📌 Il 17% delle richieste di preventivo contengono informazioni incomplete per una corretta stesura del documento.

Numero di preventivi trasformati in ordini

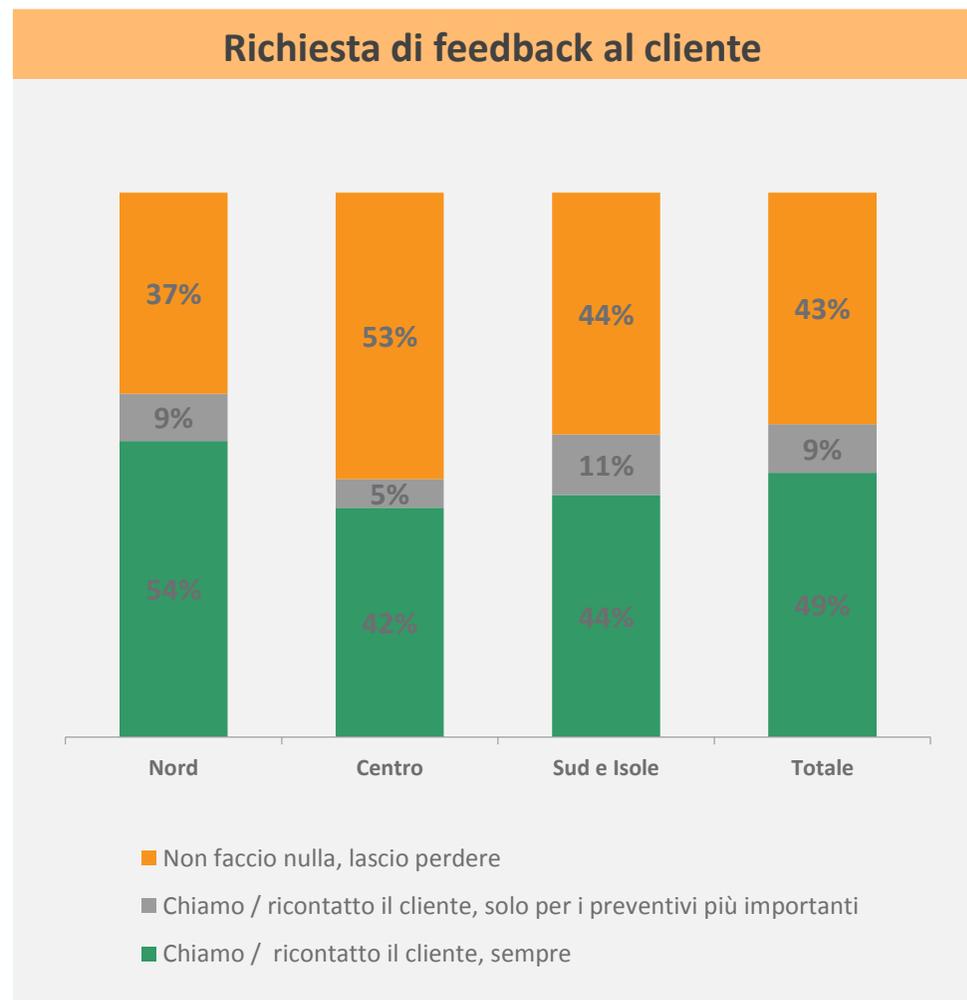
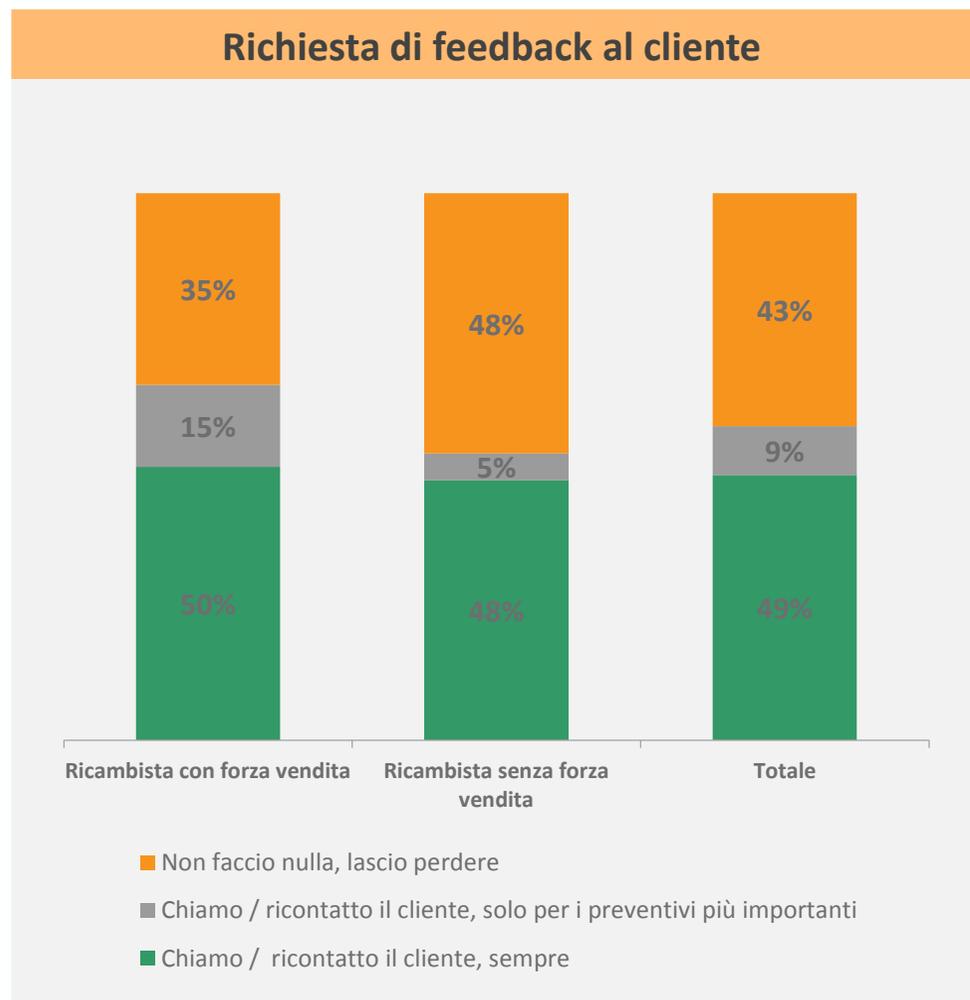
⇒ Oltre la metà dei preventivi forniti si trasforma in un ordine.



⇒ Il 55% dei preventivi forniti al cliente si trasforma in un ordine.

Comportamento in caso di mancato ordine dopo il preventivo

⇒ Una quota importante di operatori non richiama i propri clienti dopo avergli fornito un preventivo.



📌 Il 49% degli intervistati dichiara di richiamare sempre il cliente a seguito della fornitura di un preventivo.



Focus Preventivi

1. Obiettivi e metodologia
2. Risultati studio
- 3. Conclusioni**

- ⇒ Preparare i preventivi fa parte del lavoro del ricambista, tutti sono concordi.
- ⇒ Il codice del ricambio è raramente trasmesso all'officina.
- ⇒ Chi dichiara di richiamare i clienti per i preventivi importanti evidenzia un tasso di conversione maggiore.

Grazie per la vostra attenzione



Marc Aguetz

GiPA Italy Country Manager

maguetz@gipa.eu
+39 02 87 10 76