

Capgemini contacts:

Raffaella Poggio
Marketing & Communication Director
raffaella.poggio@capgemini.com
+39 347 4271901

Michela Cotich
Marketing & Communication
michela.cotich@capgemini.com
+39 347 3620244

Imageware:

Stefano Bogani
Marco Gropelli
capgemini@imageware.it
+39 02 700 251

Il nuovo AutomotiveConnect for Retailer di Capgemini per realizzare una customer service digitale e ottimizzare le operazioni interne

La nuova offering è pensata espressamente per supportare i rivenditori nell'offrire ai clienti un'esperienza totalmente personalizzata e per una supply chain digitalizzata ed efficiente

Milano, 5 luglio 2016 — [Capgemini](#), leader mondiale nei servizi di consulenza, information technology e outsourcing, annuncia il lancio di AutomotiveConnect for Retailer. Oggi i gruppi retailer devono superare le aspettative dei clienti e offrire un'esperienza digitale altamente personalizzata sia in concessionaria che online. Questo nuovo servizio è pensato per supportare i rivenditori del settore automobilistico ad adottare le tecnologie digitali più innovative e sfruttare nuove fonti di dati per aumentare vendite e redditività, incrementare la customer retention e migliorare l'efficienza operativa.

AutomotiveConnect for Retailer fa leva sulle ampie competenze consulenziali e sulla profonda esperienza tecnologica di Capgemini per supportare venditori, distributori e importatori a rispondere ai mutevoli cambiamenti di questo settore con servizi focalizzati su quattro aree specifiche:

- 1) **Cliente Connesso** – nonostante l'ingresso di concorrenti digital-first nel settore automobilistico, il 95% degli acquirenti preferisce ancora recarsi in un autosalone prima di acquistare un'auto. Ma il servizio che si aspettano è cambiato: i clienti ora vogliono trovare in concessionaria un esperto di prodotto, non un venditore e servizi a 360°, che consentano una customer experience totalmente connessa, in salone e online. Offrire un'esperienza digitale accattivante non è più un extra, ma qualcosa che i clienti richiedono.
- 2) **Veicolo Connesso** – il 47% dei clienti vuole avere a disposizione strumenti connessi nel loro prossimo veicolo. Questo offre ai rivenditori una grande opportunità di fornire soluzioni OEM per la connettività e servizi a valore aggiunto in post vendita. La connettività dei veicoli fornisce dati per capire quali servizi vogliono i clienti, e le conoscenze acquisite possono essere usate per mantenere un vantaggio competitivo. I leader tecnologici

e i principali OEM stanno già percorrendo questa strada – anche i concessionari devono sfruttare questi vantaggi.

- 3) **Insight Connessi – con l'aiuto dell'Automotive Insights Laboratory di Capgemini, i concessionari possono sfruttare i dati di veicoli, clienti, mercato ed ecosistema per prendere decisioni mirate e offrire ai clienti la gamma di automobili e di accessori che meglio si adattano alle loro preferenze.** Questa conoscenza del settore, unita alla comprensione del mercato locale, aiuterà i rivenditori a prevedere i trend di acquisto e assicurarsi di rispondere efficacemente alle necessità dei clienti.
- 4) **Operation Connesse – dopo aver acquistato un'auto, oltre 2/3 dei clienti vuole aggiornamenti settimanali sullo stato del proprio ordine.** Questa aspettativa obbliga i rivenditori ad assicurarsi che tutta la propria filiera sia connessa. I gruppi di rivenditori con un ampio giro d'affari possono beneficiare di nuovi strumenti tecnologici che possono incrementare l'efficienza dello staff e che includono, tra le altre cose, una visione a 360 gradi delle risorse, una gestione migliorata della flotta e visibilità dell'inventario. L'offerta Operation Connesse aiuterà i rivenditori a migliorare l'efficienza implementando piattaforme digitali che integrano gestione dell'inventario, capitale economico e umano e altri sistemi legacy.

Southeast Toyota LCC, il più grande distributore indipendente americano di Toyota e Scion al mondo, evidenzia il valore di questi servizi: *“Finché il settore continuerà a supportare l'innovazione, noi continueremo a investire risorse significative nella modernizzazione dei nostri sistemi e processi, per un miglioramento costante e una valorizzazione continuativa di Toyota e dei nostri rivenditori”*.

Domenico Cipollone, Vice President e Head of Automotive Sector di Capgemini Italia: *“I rivenditori sono una parte essenziale del processo d'acquisto nel settore automotive, fornendo ai clienti una fonte affidabile di competenza, conoscenza del mercato locale ed esperienza concreta con i veicoli. Ma in un mercato in cui il digitale minaccia il ciclo d'acquisto tradizionale e nuovi competitor come Tesla e Apple sono alla finestra, i rivenditori devono proteggere il loro vantaggio competitivo mantenendosi all'avanguardia e adottando tecnologie digitali nel proprio modello di vendita. Sfruttando la disponibilità crescente di dati automobilistici per garantire una migliore customer experience, i rivenditori metteranno a punto una formula vincente per preservare la fiducia dei clienti, anno dopo anno”*.

AutomotiveConnect for Retailers è una estensione di [AutomotiveConnect for OEM](#) e di [AutomotiveConnect for Suppliers](#) di Capgemini, presentati recentemente con successo per supportare l'industria automobilistica nel generare valore per il cliente. Tutte le offerte saranno gestite dall'Automotive Insights Laboratory di Capgemini: un team globale specializzato di consulenti, analisti e data scientist che raccoglie e analizza i dati in tempo reale per fornire insight e prevedere il comportamento futuro dei clienti.

Per maggiori dettagli su AutomotiveConnect for Retailer e l'Automotive Insights Laboratory di Capgemini, visita il sito www.capgemini.com/automotive/automotiveconnect

Capgemini

Con oltre 180.000 dipendenti in più di 40 paesi nel mondo, Capgemini è leader mondiale nei servizi di consulenza, information technology e outsourcing. Nel 2015 il Gruppo Capgemini ha registrato ricavi per 11,9 miliardi di euro. Con i propri clienti Capgemini progetta e realizza specifiche soluzioni di business, tecnologiche e digitali, per soddisfare le loro esigenze di innovazione e competitività. L'organizzazione profondamente multiculturale contraddistingue da sempre il Gruppo Capgemini, che utilizza un approccio di lavoro unico e distintivo – la [Collaborative Business Experience™](#) – e un modello globale di produzione distribuita denominato [Rightshore®](#).

Per maggiori dettagli visita il sito www.it.capgemini.com e segui [@CapgeminiItalia](#) su Twitter

Rightshore® è un marchio appartenente a Capgemini

