

AGENDA

Gli Attori della “filiera” automotive e il contesto in cui operano

L’Importatore (e le NSC) e le filiali: evoluzione e numeri

L’importanza del Dealer nella catena del valore

Il sistema di controllo delle performance: da controllo a consulenza

Rapporto NSC e Rete

Contratto con regole molto ferree

Standard da rispettare

Strutture in corporate

**Organizzazione interna del Dealer
dettata dal costruttore**

**Franchising
atipico o libero
imprenditore?**

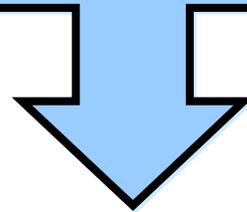
Qual è l'interesse della NSC nei confronti del Dealer?

Che raggiunga gli obiettivi assegnati

- Volumi
- Quota di mercato
- Soddisfazione e fidelizzazione del Cliente
- Incremento immagine e fedeltà del brand
- Adeguata redditività e solidità
- **Sostenibilità**

RISPETTO DEGLI STANDARD

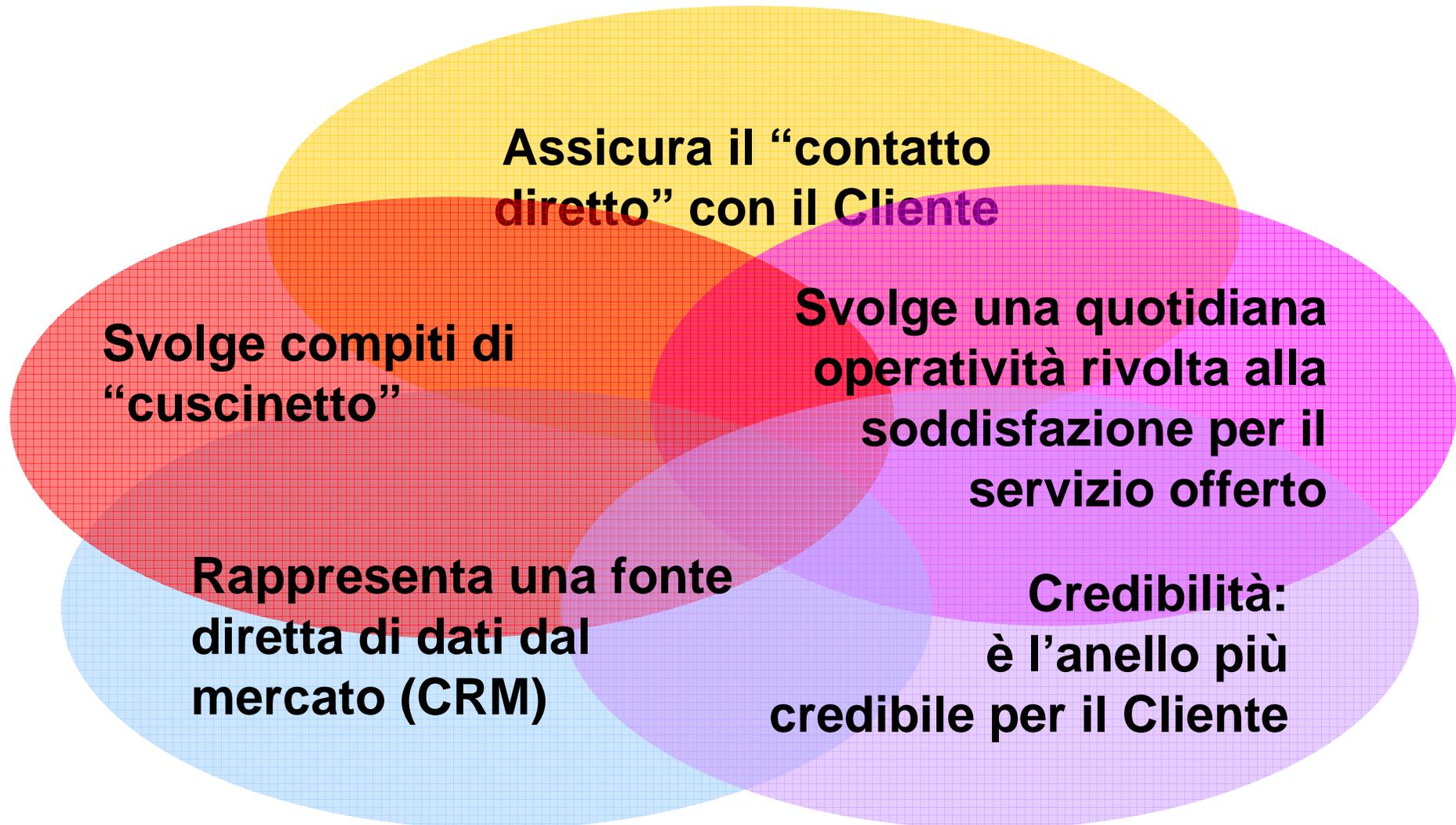
**Ma tutti questi obiettivi, sono
coerenti con un'adeguata
redditività del Dealer?**



**Concetto del Dealer come indispensabile anello
della catena del valore**

Il Dealer serve o possiamo farne a meno?

Perché la rete è un valore e crea valore per tutta la catena allargata?





REMIND!

Concetto della Catena e della Creazione del Valore

AGENDA

Gli Attori della “filiera” automotive e il contesto in cui operano

L’Importatore (e le NSC) e le filiali: evoluzione e numeri

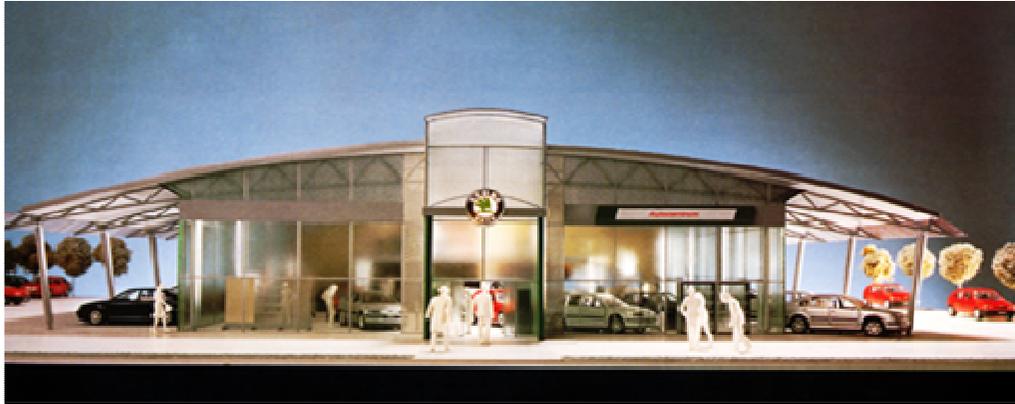
L’importanza del Dealer nella catena del valore

Il sistema di controllo delle performance: da controllo a consulenza

Standard

- ⇒ **Standard di struttura**
- ⇒ **Standard di organizzazione aziendale**
- ⇒ **Standard finanziari**

Standard di struttura



Škoda showroom concept:
“Gabbiano”

Seat showroom concept:
“Basco”



28 Aprile 2009

Ufficio: Business Management

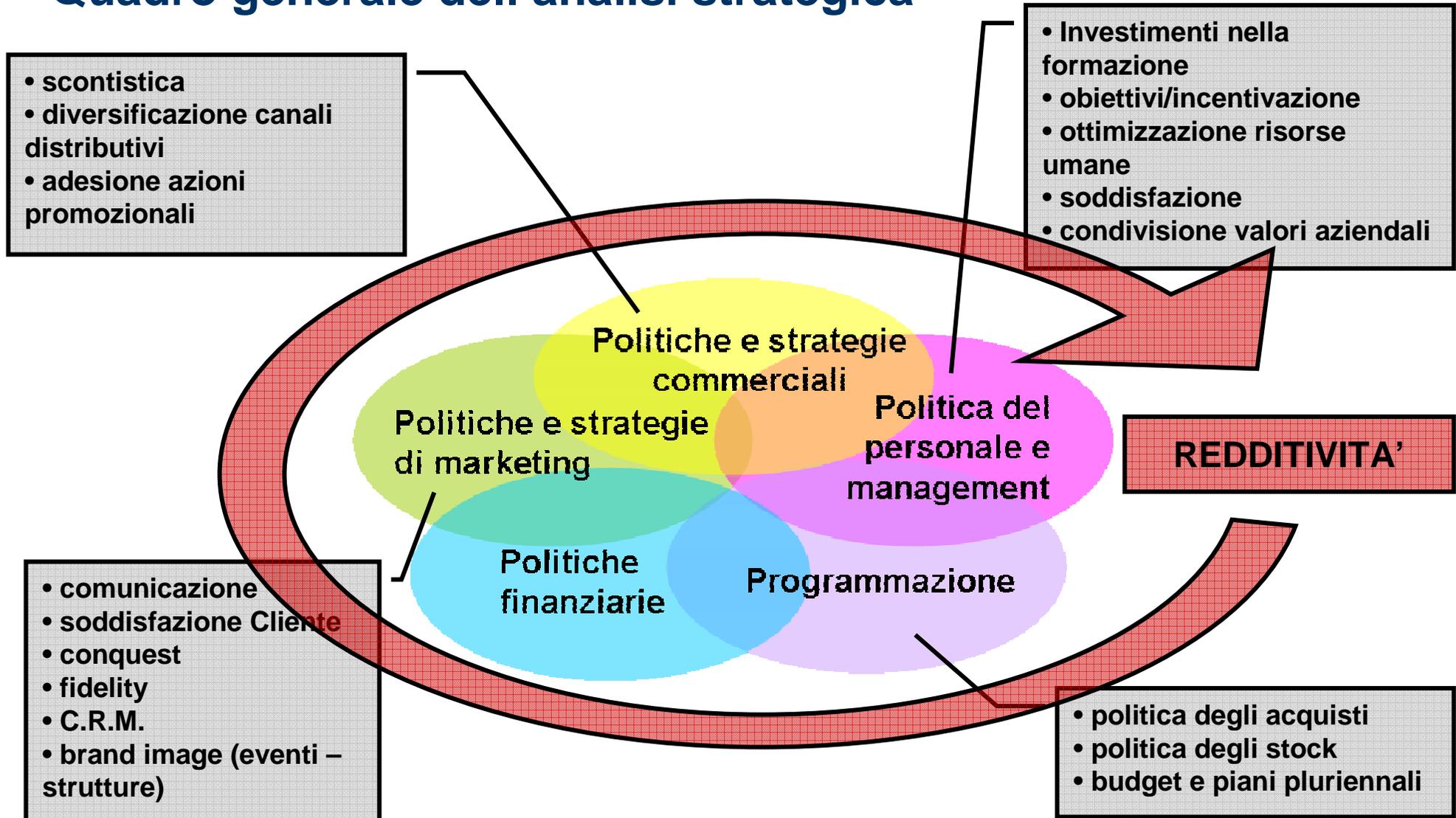


Audi Corporate Design – HANGAR e
TERMINAL



**E PER CHI HA PIU'
MARCHI?**

Quadro generale dell'analisi strategica



Presupposti del Sistema di controllo delle performance della Rete

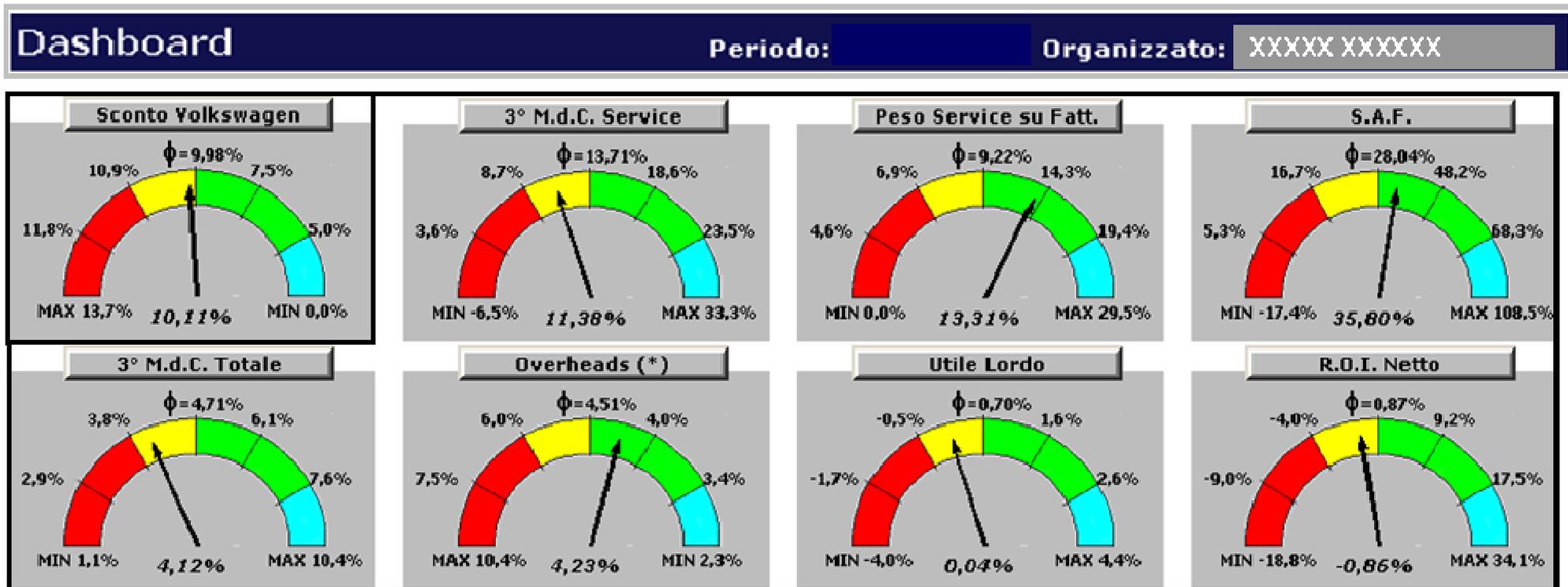
- Sistema di reporting unico

PROSPETTO GENERALE		VENDITA AUTO						SERVICE		TOT. GENERALE		
		VAN		VAU		VA		TOT. SERVICE				
		% 025		% 025		% 025		% 025		% 025		
300	RESPONSABILI DI MARCA E DI SETTORE	-	35.301,92	0,12	141,62	0,00	35.443,54	0,11	62.742,01	1,89	98.185,55	0,27
301	CAPI VENDITA + ALTRI RESPONSABILI	-	45.515,67	0,15	10.780,86	0,33	56.296,53	0,17	169.415,11	5,11	225.711,64	0,63
302	PERSONALE DIPENDENTE DIRETTO	-	223.190,20	0,76	27.128,91	0,84	250.319,12	0,77	462.959,10	13,95	713.278,22	1,98
303	PROVVIGIONI DIPENDENTI	-	26.770,17	0,09	2.592,97	0,08	29.363,14	0,09	117,86	0,00	29.481,00	0,08
304	VENDITORI ENASARCO	-	42.691,12	0,15	5.194,57	0,16	47.885,69	0,15	1.189,83	0,04	49.075,52	0,14
305	CARROZZIERI	-		0,00		0,00	-	0,00	47.016,62	1,42	47.016,62	0,13
306	PERSONALE ADDETTO ALLA REVISIONE	-		0,00		0,00	-	0,00	4.103,69	0,12	4.103,69	0,01
307	ALTRI DIRETTI	-	8.259,15	0,03	2.746,26	0,08	11.005,41	0,03	61.103,30	1,84	72.119,02	0,20
310	COSTI AGGIUNTIVI PERSONALE DIRETTO	-	9.400,98	0,03	1.129,22	0,03	10.530,20	0,03	11.869,59	0,36	22.399,79	0,06
320	PERSONALE SEGR.COMM. E SERV.AUSIL.	-	78.025,42	0,27	16.707,32	0,52	94.732,74	0,29	52.955,14	1,60	147.687,87	0,41
324	H = COSTO LAVORO DIRETTO	=	469.154,63	-1,59	66.421,73	-2,05	535.576,36	-1,64	873.472,26	-26,33	1.409.058,92	-3,91
325	I = 2. MARGINE DI CONTR.OPER. (G-H)	=	1.634.677,56	5,55	30.062,58	-0,93	1.604.614,98	4,91	484.433,59	14,60	2.089.042,33	5,80

PROSPETTO GENERALE		Focus VAN = VENDITA AUTO NUOVE										
		VAN		AUDI		VW		VIC		SKODA		SEAT
		% 025		% 025		% 025		% 025		% 025		
010	FATT.LIST. CLI. VEND. DIRETTE/BANCO	+	8.577.405,34	78,10	12.176.719,23	78,48	576.113,05	79,98	691.933,91	87,64	253.599,21	93,17
010	FATTURATO LISTINO VENDITE I.P.	+	730.436,76	6,65	1.453.226,22	9,37	47.544,98	6,60	20.130,72	2,55	225,45	0,08
010	FATT.LIST. CLI. VEND. SPECIALI	+	1.272.718,35	11,59	1.104.153,56	7,12	72.051,43	10,00	47.021,36	5,96	1.018,83	0,37
010	FATT. DA CESSIONI TRA CONC.	+	156.337,22	1,42	249.294,53	1,61	2.006,93	0,28	4.912,13	0,62	6.271,82	2,30
010	FATT.LIST.VEND. RIC/ACC OFF. X CLI	+		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
010	FATT.LIST.VEND. RIC/ACC OFF. X GAR	+		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
010	FATTURATO ALTRI BUSINESS SERVICE	+		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
020	RECUPERI DI VENDITE DIRETTE	+	205.829,43	1,87	469.106,84	3,02	19.905,03	2,76	24.879,54	3,15	11.041,90	4,06
020	RECUPERI DI VENDITE INDIRETTE	+	14.272,78	0,13	32.620,31	0,21	1.179,40	0,16	51,37	0,01	3,81	0,00
020	RECUPERI DI VENDITE SPECIALI	+	26.046,83	0,24	31.205,42	0,20	1.560,57	0,22	558,13	0,07	17,74	0,01
025	A = TOTALE FATT. LORDO = BASE = 100	=	10.983.062,82	100,00	15.516.472,17	100,00	720.361,38	100,00	789.489,96	100,00	272.186,91	100,00

Presupposti del Sistema di controllo delle performance della Rete

- Cruscotti



Da controllo a consulenza

- **Processi**
- **Benchmarks e Cluster**
- **Target di redditività**
- **Business Plan**
- **ICT (Information & Communication Technology)**

**IL COSTRUTTORE /
LE MARCHE**

- Piano industriale
- Prezzi
- Strategie di gruppo e di Brand



**GLI IMPORTATORI /
LE NSC**



- Traduzione “operativa” delle strategie a fronte di determinati vincoli.

**RETE CONCESSIONARI E
S.P.**



- Conquista e fidelizzazione del Cliente finale e società

MODELLO DI BUSINESS DEL DEALER

NUOVO
USATO

SALES

ASSISTENZA
RICAMBI

AFTER SALES

Agenzia pratiche auto
Noleggio
NLT
Finanziamento auto

SERVIZI

Modello di business semplice ma di difficile esecuzione

VOLKSWAGEN
GROUP ITALIA S.P.A.

GRAZIE PER L'ATTENZIONE!