

Castrol: il rapporto qualità/prezzo e la familiarità sono i fattori principali per fidelizzare i clienti in officina

- *Il sondaggio Castrol ha rilevato che oltre un terzo degli automobilisti italiani (il 35%) resta fedele a un'officina se ritiene di ottenere "un buon rapporto/qualità prezzo"*
- *Gli automobilisti non rinunciano comunque alla qualità: solo il 13% afferma che resterebbe fedele a un'officina perché è la meno cara*
- *La posizione è considerata un fattore importante: il 61% degli intervistati non è disposto a spostarsi per più di 16 chilometri*
- *Quasi un terzo (il 29%) continuerebbe a servirsi di un'officina che spiegasse gli interventi da svolgere e chiedesse l'autorizzazione prima di effettuarli*
- *Il programma per le officine a marchio Castrol propone alle aziende offerte complete che includono garanzia sul motore, branding e formazione, contribuendo ad aumentare e fidelizzare i clienti*

Cornaredo (Milano), 18 luglio 2022 – Un nuovo sondaggio a livello nazionale* commissionato da Castrol ha individuato i fattori che più influiscono sulla fidelizzazione dei clienti nelle autofficine italiane. Per il 35% degli automobilisti la percezione che il lavoro svolto sia basato su *"un buon rapporto qualità/prezzo"* è risultato il fattore più importante. Tuttavia, lo studio indica anche chiaramente che l'obiettivo degli automobilisti non è esclusivamente il risparmio: solo il 13% afferma che resterebbe fedele a un'officina soltanto perché è la meno cara.

Il secondo fattore per importanza che incide sulla fidelizzazione è la familiarità: il 32% degli intervistati afferma che sarebbe più propenso a continuare a servirsi di un'officina di cui conosce il meccanico o altro personale.

Da sottolineare che la preferenza basata sulla competenza e l'interazione del personale dell'officina si è rivelata altrettanto decisiva quanto il rapporto qualità/prezzo e la familiarità. Il 30% rimarrebbe fedele a un'officina se ritenesse che il personale è *"ben formato"*, mentre il 29% tornerebbe a rivolgersi a un'officina il cui personale *"spiegasse sempre chiaramente gli interventi da svolgere e chiedesse l'autorizzazione prima di effettuarli"*. Inoltre, quasi un terzo (28%) degli intervistati continuerebbe a rivolgersi alla stessa officina se ritenesse che i dipendenti sono *"amichevoli"*.

Una netta maggioranza (61%) è disposta ad allontanarsi fino a 16 chilometri da casa per servirsi di un'officina che soddisfi i criteri che considerano i più importanti. Un ulteriore 23% percorrerebbe fino a 24 chilometri e il 10% sarebbe disposto ad arrivare a 32 chilometri.

Il sondaggio ha anche individuato i fattori meno strategici per fidelizzare i clienti. Da sottolineare come solo il 18% sarebbe propenso a continuare ad avvalersi della stessa officina perché offre sempre un'auto di cortesia.

"Forse l'aspetto più significativo che questa ricerca mette in evidenza è l'importanza di un'efficace comunicazione con il cliente", spiega Layla Yebaile, Service and Maintenance Marketing Lead in Castrol Europe. "È chiaro che gli automobilisti continueranno a servirsi di

un'officina che fornisca spiegazioni sugli interventi da svolgere e sul rapporto qualità/prezzo. Sappiamo anche che la comunicazione è essenziale per accedere a ulteriori opportunità di profitto: i clienti sono disposti a pagare per prodotti premium a patto che gliene vengano illustrati i vantaggi. Ecco perché ci impegniamo tanto per supportare le officine a marchio Castrol a presentare la propria attività in modo efficace, per aumentare i profitti oggi e fidelizzare i clienti per il futuro.”

Programma per le officine a marchio Castrol

Castrol si è posta l'obiettivo di diventare leader di mercato per le officine brandizzate. Le officine indipendenti con marchio “Castrol Service” rispondono a rigorosi standard di qualità e servizio clienti. La rete di assistenza Castrol fornisce programmi di formazione e offerte di marketing per aumentare e consolidare il traffico di clienti, incrementare le opportunità di upselling e garantire alle officine la certificazione di qualità Castrol Service, svolta in collaborazione con TÜV. Le officine Castrol accedono inoltre a una serie di vantaggi, come il supporto al marketing e la possibilità di offrire ai clienti una garanzia gratuita del motore su qualsiasi veicolo soggetto a manutenzione con lubrificanti Castrol.

Castrol riconosce l'importanza della formazione del personale e per supportare le officine e sviluppare la conoscenza dei prodotti lubrificanti offre formazione online sia alle autofficine in franchising sia a quelle indipendenti. Moduli di formazione interattivi e di breve durata sono focalizzati sullo sviluppo della conoscenza dei prodotti e sul potenziamento delle competenze commerciali.

– FINE –

Note per gli editor

* Ricerca OnePoll - Condotta su 1.000 proprietari di auto italiani

Per ulteriori informazioni, contattare:

Ufficio Stampa Castrol Italia
Anice Srl
Via Torre Pellice 17 | 10156 Torino
Tel. +39 011 0161111
castrol@anicecommunication.com

Paola Maina | +39 347 6713167
Patrizia Tontini | +39 335 6068557

Informazioni su Castrol

Castrol, una delle aziende produttrici di lubrificanti leader nel mondo, è orgogliosa della propria tradizione di innovazione e supporto ai sogni dei pionieri. La passione per le alte prestazioni, insieme alla filosofia del lavoro collaborativo, ha permesso a Castrol di sviluppare lubrificanti e grassi, protagonisti da oltre 100 anni di tanti successi tecnologici in ogni ambito: terra, aria, mare e spazio.

Oggi Castrol contribuisce alla sostenibilità attraverso la [strategia Path360](#), che stabilisce gli obiettivi per il 2030 per la riduzione dei rifiuti, della CO2 e per migliorare le condizioni di vita. Castrol è parte del gruppo BP e serve clienti e consumatori nei settori automobilistico, marittimo, industriale ed energetico. I suoi prodotti sono apprezzati in tutto il mondo per



l'innovazione e le alte prestazioni, ottenute grazie all'impegno nel garantire la massima qualità e tecnologie sempre all'avanguardia.

Ulteriori informazioni su Castrol sono disponibili all'indirizzo www.castrol.it o contattando bppress@bp.com.