

Comunicato Stampa N. 165/12

San Donato Milanese, 13 dicembre 2012

La Concessionaria BMW Cascioli S.p.A. rappresenterà l'Italia nel contest "Excellence in Sales 2012: Number One in Customer Satisfaction"

Ad aprile 2013 parteciperà alla finale internazionale a Monaco di Baviera che decreterà i migliori dealer del BMW Group a livello mondiale nelle cinque categorie del concorso

La Concessionaria del BMW Group in Italia **Cascioli S.p.A.** di San Benedetto del Tronto (AP) ha superato la selezione nazionale del contest "Excellence in Sales 2012: Number One in Customer Satisfaction" guadagnandosi così un posto per la fase finale che porterà alla premiazione mondiale del prossimo aprile che si svolgerà presso la sede del BMW Group a Monaco di Baviera. Dal 2008 il concorso internazionale "Excellence in Sales" promosso dal BMW Group premia ogni anno le migliori eccellenze mondiali nella distribuzione di prodotti BMW e MINI in 45 Paesi di 5 continenti attraverso una competizione tesa a certificare le "best practice" dei suoi dealer in tutto il mondo. Tutte le concessionarie possono presentare la propria candidatura in diverse categorie legate alla soddisfazione del Cliente, alla vendita di vetture di lusso, al post vendita e alla gestione sostenibile del business della distribuzione auto. Entro la fine di febbraio 2013 saranno selezionati i rappresentanti nazionali tra i quali verranno scelti i 15 finalisti ed infine i 5 vincitori.

Il progetto della Cascioli S.p.A. per la competizione internazionale BMW "Excellence in Sales 2012"

La Cascioli S.p.A. ha messo a punto un progetto specifico per misurare la soddisfazione della propria clientela BMW denominato "BMW FOCUS 2012, il Cliente al Centro" ed uno destinato ai clienti MINI intitolato "MINI FOCUS 2012, TU AL CENTRO!". Il progetto ha previsto due Focus Group su un campione di clienti BMW e MINI, tra fidelizzati, nuovi clienti e clienti insoddisfatti o persi, svolti tra febbraio e marzo di quest'anno.

Il campione individuato è stato invitato a partecipare ad un evento in concessionaria durante il quale i clienti hanno potuto esprimersi in maniera informale sulla Concessionaria e, attraverso domande specifiche, è stato possibile capire quale fosse la loro percezione dell'attività della Concessionaria in vari ambiti: dall'accoglienza, alla consulenza tecnica e amministrativa, alla comunicazione.

La discussione è stata guidata da un moderatore sulla base degli argomenti che si intendeva indagare. I risultati e la fase di ascolto sono serviti per avere una fotografia della Concessionaria dal punto di vista dei clienti, intervenendo poi sulle criticità rilevate con azioni mirate.

Gli strumenti di monitoraggio comprendono un modulo per l'indagine di soddisfazione e la raccolta dei commenti riportati nella trascrizione del documento di sintesi del focus group, i dati di vendita e l'Indice di Soddisfazione dei Clienti (CSI).

I risultati hanno permesso di favorire la comprensione dei bisogni latenti dei clienti BMW e MINI, sviluppando la sensibilità e la capacità di cogliere i segnali deboli, di cogliere idee, spunti, suggerimenti e proposte per attuare azioni e interventi sempre più efficaci e mirati; di coniugare il flusso di informazioni provenienti dall'esterno con quello interno, per superare le

Società
BMW Italia S.p.A.Società del
BMW GroupSede
Via della Unione
Europea, 1
I-20097 San Donato
Milanese (MI)Telefono
02-51610111Telefax
02-51610222Internet
www.bmw.it
www.mini.itCapitale sociale
5.000.000 di Euro i.v.R.E.A.
MI 1403223N. Reg. Impr.
MI 187982/1998Codice fiscale
01934110154Partita IVA
IT 12532500159

criticità causate dall'agire ripetitivo e routinario; e di definire in modo strategico nuovi servizi e migliorare quelli già esistenti.

La competizione internazionale “Excellence in Sales” del BMW Group

I partner all'interno della rete di Concessionari del BMW Group ottengono risultati eccezionali in tutto il mondo. “Excellence in Sales” si propone di riconoscere risultati sorprendenti di vendita ed evidenziarli a livello internazionale. Nato nel 2008 con la partecipazione di 16 Paesi, il concorso internazionale “Excellence in Sales” è cresciuto negli anni raggiungendo quest'anno 45 mercati in cinque i continenti in cui il BMW Group è presente con la sua rete ufficiale di vendita e assistenza. Nel 2012, “Excellence in Sales” prevede le seguenti categorie: Number One in Customer Satisfaction, Leadership in Luxury Class, Focus Aftersales Business, Sustainability Commitment e Manager of the Year.

La candidatura si divide in due aree: nella prima sezione viene analizzata la situazione attuale nella Concessionaria e identificate le aree ad alto potenziale; nella seconda sezione il Concessionario ha individuato una serie di azioni specifiche relative al 2012 e ne descrive l'implementazione. In particolare, il concessionario, oltre a presentare le sue azioni di maggior successo, indica specifici indicatori di performance relativi al 2011 e 2012.

La categoria in cui si è distinta la Concessionaria Cascioli S.p.A.: Number One in Customer Satisfaction

In ogni veicolo, BMW e MINI offrono ai propri Clienti la perfetta combinazione di innovazione e design ispirato ed eccezionali caratteristiche di prodotto. Tale affermazione vale naturalmente anche per l'assistenza al Cliente. Su questa base, BMW Group si è posta l'obiettivo di diventare il Number One in Customer Satisfaction. Consigli e assistenza al Cliente sono solo due dei fattori principali in questo contesto. È estremamente importante offrire ad ogni Cliente, in qualsiasi luogo e in qualsiasi momento, un'esperienza del marchio unica, emozionante e intensa.

L'aspetto premium di BMW e MINI si riflette in ogni area delle sue Concessionarie. Ogni Dealer conosce le necessità della propria clientela meglio di chiunque altro, tenendo in alta considerazione il feedback individuale del Cliente ed utilizzandolo per migliorarsi costantemente. I candidati al premio “Excellence in Sales” nella categoria Number One in Customer Satisfaction sono quei concessionari che superano quotidianamente le aspettative dei propri Clienti, con passione ed entusiasmo. Tutto questo rende i prodotti ed i marchi del BMW Group una realtà che i Clienti possono vivere al meglio.

La Concessionaria Cascioli S.p.A.

La Concessionaria Cascioli S.p.A. è attiva a San Benedetto del Tronto dal 2009 nella vendita e assistenza dei prodotti BMW e MINI (da quasi 50 anni e tre generazioni nel settore della distribuzione auto), rappresentando un punto di riferimento del BMW Group nelle provincie di Ascoli Piceno, Fermo e Macerata.

La dirigenza dell'azienda, nelle mani dei fratelli Stefano e Giuseppe Cascioli, è coadiuvata da Enzo Gramenzi, Responsabile Marketing del Gruppo Cascioli, da Antonio Ricci, Dealer Operator della Concessionaria BMW Cascioli S.p.A., e da un team di collaboratori molto affiatato composto da 15 collaboratori nel reparto vendite e 15 nel post vendita.

La sede principale di San Benedetto del Tronto si estende su una superficie di 24.000 metri quadrati, 5.000 dei quali coperti per la vendita e assistenza di auto BMW e MINI, magazzino, uffici e back office. A breve aprirà una seconda sede a Civitanova Marche di 5.000 mq dei quali 3.000 scoperti destinati alla vendita del parco usato del Gruppo Cascioli.

Il successo della Concessionaria Cascioli S.p.A. è frutto dalla continua attenzione al cliente, della capacità di innovazione, soprattutto nei servizi. Tra i più originali si annovera il “Service on the Beach” che prevede – durante il periodo estivo – la fornitura gratuita di un ombrellone in spiaggia ai Clienti del Service per il tempo necessario alle operazioni di officina, oppure – nel periodo invernale – un invito a pranzo presso un ristorante di lusso nelle immediate vicinanze della concessionaria. Una iniziativa che ha permesso alla concessionaria Cascioli di distinguersi a livello nazionale fin dagli anni scorsi.

I titolari della Concessionaria, i fratelli Cascioli, commentano così il premio ricevuto: «Siamo felici che i nostri progetti “BMW FOCUS 2012, il Cliente al Centro” e “MINI FOCUS 2012, TU AL CENTRO!” siano stati riconosciuti come meritevoli di competere a livello internazionale tra le migliori case history in materia di soddisfazione del Cliente. Siamo convinti che l’ascolto della clientela rappresenti un fondamentale punto di partenza per il miglioramento continuo della qualità del servizio offerto nella vendita e nel post vendita».

Per ulteriori informazioni:

BMW Group Italia
Patrizia Venturini
Public Relations
Email: Patrizia.Venturini@bmw.it

Media website: www.press.bmwgroup.com (comunicati e foto) e <http://bmw.lulop.com> (filmati)

Il BMW Group

Il BMW Group, con i marchi BMW, MINI, Husqvarna Motorcycles e Rolls-Royce, è uno dei costruttori di automobili e motociclette di maggior successo nel mondo. Essendo un’azienda globale, il BMW Group dispone di 29 stabilimenti di produzione dislocati in 14 paesi e di una rete di vendita diffusa in più di 140 nazioni.

Il BMW Group ha raggiunto nel 2011 volumi di vendita di 1,67 milioni di automobili e oltre 113.000 motociclette nel mondo. I profitti lordi per il 2011 sono stati di 7,38 miliardi di Euro, il fatturato è stato di 68,82 miliardi di Euro. La forza lavoro del BMW Group al 31 dicembre 2011 era di circa 100.000 associati.

Il successo del BMW Group è fondato su una visione responsabile e di lungo periodo. Per questo motivo, l’azienda ha sempre adottato una filosofia fondata sulla eco-compatibilità e sulla sostenibilità all’interno dell’intera catena di valore, includendo la responsabilità sui prodotti e un chiaro impegno nell’utilizzo responsabile delle risorse. In virtù di questo impegno, negli ultimi otto anni, il BMW Group è stato riconosciuto come leader di settore nel Dow Jones Sustainability Index.

www.bmwgroup.com
Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>