



## Noleggio&Qualità

I servizi all'auto, come la fuel card, il soccorso stradale e la distribuzione territoriale delle officine si confermano un decisivo punto di forza per le società di long term. Positivo anche il giudizio sui tempi di manutenzione e riparazione delle vetture. È quanto emerge dallo studio "Noleggio&Qualità", presentato in occasione dell'ultima edizione dell'evento Fleet Motor Day all'Autodromo di Vallelunga. Ne commentiamo i risultati con Pietro Teofilatto, direttore della sezione Nlt di ANIASA

Francesca **Sirimarco**

**D**irettore, ci presenta brevemente questo studio?

«Lo studio è promosso da Top Thousand, l'Osservatorio sulla mobilità aziendale composto da fleet e mobility manager di grandi aziende. L'analisi propone un focus innovativo sul livello di gradimento per l'offerta di noleggio a lungo termine e sulle aree strategiche della mobilità aziendale, con indicatori del livello di soddisfazione per il servizio in scala da 1 a 4 (1 = insufficiente; 2 = sufficiente; 3 = buono; 4 = ottimo)».

**Quante sono le aziende coinvolte nella survey e che campione rappresentano?**

«Il campione è composto da 30 grandi aziende nazionali e multinazionali appartenenti a diversi settori (energetico, bancario, alimentare, enti pubblici, commercio e trasporti) e sono stati interessati 10 provider di noleggio a lungo termine, per un totale di oltre 2.200 rispo-

ste raccolte. Obiettivo dell'analisi è comprendere e approfondire le aree più strategiche per l'intera industria del noleggio. Personalmente ritengo il lavoro molto utile, segno di ulteriore aumento di profes-

decisamente soddisfatti, e aree in cui il rapporto con i noleggiatori presenta ancora significativi margini di progresso. Tra i punti di maggiore interesse, la soddisfazione per l'offerta dei servizi all'auto

---

**La ricerca presa in esame evidenzia conclusioni molto interessanti, come il generale gradimento per la formula del long term, con servizi di cui i fleet manager sono decisamente soddisfatti e aree con possibili margini di progresso.**

---

nalità sul fronte delle company car, e necessario per il perfezionamento della qualità dei servizi».

**Quali sono i risultati più importanti?**

«La ricerca evidenzia diverse conclusioni di forte interesse per gli operatori del settore del noleggio, come il generale gradimento per la formula del long term, con servizi di cui i fleet manager sono

e la gestione dei servizi amministrativi. I fleet manager dei grandi parchi auto intervistati esprimono un feedback positivo proprio sulla gestione delle diverse attività amministrative svolte, come gli adempimenti legali connessi all'articolo 94 del Codice della Strada, la gestione delle contravvenzioni o i servizi di fatturazione. Da migliorare, invece, la gestione delle vulture

e le modifiche contrattuali».

**Quali sono i servizi al driver più apprezzati e su quali, invece, le società di Nlt devono dedicare maggiore attenzione?**

«I classici servizi all'auto, come la fuel card, il soccorso stradale, la distribuzione territoriale delle officine, si confermano un decisivo punto di forza per le società di long term. Alquanto positivo anche il giudizio sui tempi di manutenzione e riparazione delle vetture, mentre è ritenuta solo "sufficiente" la disponibilità del provider a convenzionare punti di assistenza più comodi in termini di distanza per l'azienda o per i driver.

Il customer service è di certo la macro-area in cui si registra grande impegno da parte del settore delle flotte a noleggio con forte attenzione per ridurre al minimo i tempi di attesa e per una sempre maggior precisione nelle soluzioni agli even-

tuali problemi segnalati».

**Come commenta il livello minore di soddisfazione per il pre-leasing e per la consegna?**

«Il cosiddetto servizio di pre-leasing non riscuote infatti un elevato consenso tra i fleet manager e, secondo la survey, a volte può apparire non in

### Come si comportano i provider NLT sul territorio



**In occasione del lancio sul mercato di nuove automobili occorre coinvolgere i fleet manager per il loro nuovo ruolo strategico sul mercato. Un'opportunità in più da usare**

linea con il contratto principale, in termini di qualità del servizio e personalizzazione: può accadere che il segmento di appartenenza della vettura non sia perfettamente congruente con l'ordine o che il veicolo sia meno adatto alle esigenze o aspettative del driver. Anche per la consegna c'è sempre grande attività, essendo subordinata a molteplici fattori, non sempre prevedibili. Comunque si deve ricordare che le aziende di noleggio a lungo termine si trovano a gestire un complesso quadro di rapporti commerciali con vari operatori della filiera. Si tratta infatti di collaborare con le Case automobilistiche, le agenzie di logistica e di trasporto, i colleghi delle società di noleggio a breve termine, le società di consulenza e di servizi. L'engagement dei provider del long term può e deve essere migliorato».

### IN CONCLUSIONE...

«Occorre coinvolgere maggiormente i fleet manager in occasione della presentazione dei prodotti auto, perché il loro nuovo ruolo strategico li vede manager globali di mobilità, in sintonia "omnicomprensiva" con le imprese di noleggio e, contemporaneamente, interfaccia con gli uffici interni del personale, dell'amministrazione e con i driver. La presentazione del prodotto auto, oltre agli aspetti emozionali, è, infatti, opportunità di formazione e di esperienza nonché di raccolta dati utili nella scelta del parco aziendale».

