



CertifiedFirst™

*Il business **vincente***

EDITORIALE

Il 2015 sembrerebbe essersi aperto con lievi segnali positivi a partire proprio dal Mercato auto che ha fatto registrare in Italia una **crescita a doppia cifra** anche se la strada è ancora in salita.

Ripercorrendo però quel filo conduttore che caratterizza la newsletter, voglio ribadire che **la crisi ha sempre risvolti positivi** se ci induce a modificare o a correggere alcune idee e comportamenti dominanti che questo periodo storico ci dimostra essere errati e distruttivi. E i primi risultati si son già visti sia a fine nel 2014 quando abbiamo chiuso l'anno con **+47% di nuovi ingressi di carrozzerie** che hanno aderito al Network e sia ad inizio 2015 con la convention annuale dove abbiamo registrato una presenza massiccia di carrozzerie della concorrenza e non, grazie anche e soprattutto ai distributori Platinum che hanno contribuito a dare la spinta per la crescita di CertifiedFirst. E i numeri lo confermano con nuove adesioni. Ritengo dunque doveroso, in qualità di responsabile di questo Network, ringraziare tutti coloro che hanno partecipato alla convention nazionale 2015 e che hanno creduto e credono nel nostro progetto di crescita soprattutto, in un momento di difficoltà come quello attuale. Non abbiamo la bacchetta magica, ma il punto è sempre iniziare con un **nuovo atteggiamento mentale volto a vedere il bicchiere mezzo pieno** e a trovare l'opportunità piuttosto che il problema.

È necessario dunque partire da noi per cambiare. Crediamo, infatti, che gli strumenti e le risorse (anche umane) messe a disposizione possano portare ad una gestione aziendale che fronteggia la crisi con maggior auto controllo. Tante le attività che implementeremo quest'anno per dare alla carrozzeria l'opportunità di essere più competitiva sul Mercato:

GARANZIA A VITA SUL PROCESSO DI VERNICIATURA, per differenziarsi nel mercato riparativo;

AUDIT TECNICO E PIANO D'AZIONE, per individuare i settori della carrozzeria con potenziale di miglioramento;

QUESTIONARIO DI SODDISFAZIONE PER I PROPRI CLIENTI per migliorare la concezione del grado di soddisfazione dei propri clienti

FORMAZIONE TECNICA E MANAGERIALE, per essere sempre aggiornati sui cambiamenti del settore

Non mancheranno certamente i corsi, il primo dei quali è il corso richiesto dai soci: **levabolli**, presso la sede PPG di Lainate di cui si riceverà specifica comunicazione.

Inoltre, invieremo entro giugno una scatola contenente **capi d'abbigliamento marchiati CertifiedFirst**.

Non mi resta dunque che augurarle una buona lettura e un buon 2015!

Diego Durante
Programs Specialist CertifiedFirst® & Platinum

IL MERCATO VISTO DAI PROGRAMS

Non posso non iniziare questo mio breve intervento senza **ringraziare tutti voi per la grande partecipazione** che ha caratterizzato la nostra convention di Rapallo. Grazie per l'entusiasmo che avete portato, le vostre testimonianze ed **i vostri consigli sono sempre apprezzati** e ci spronano a fare sempre meglio.

La sensazione che si è percepita è stata di **grande compattezza**, di **grande forza**. E' proprio su questo punto che voglio focalizzare il mio intervento. Diceva una volta una famosa pubblicità: **"La potenza è nulla senza il controllo"**. Verissimo.

La riflessione è su quanto siamo consapevoli della nostra forza e quanto siamo in grado di sfruttare il nostro potenziale?

Quello che stiamo cercando di fare come PPG è mettervi in grado di dare una risposta a questa domanda. Come? Fornendovi **strumenti, processi e modelli di business** in grado di aumentare la consapevolezza della vostra forza, aumentare la vostra capacità di gestire l'enorme potenziale delle vostre aziende ed infine mettervi in condizione di misurare i risultati conseguiti.

Sforziamoci di valorizzare i talenti dei nostri collaboratori, e nello stesso tempo lavoriamo per processi. Solo un **giusto mix di innovazione ed esperienza può garantirci un successo lungo e duraturo**.

Buon lavoro a tutti.

Raffaele Nicotera
Programs Manager Italy

Perché tanta attenzione sulla standardizzazione dei processi? Probabilmente è la domanda che si pongono spesso le carrozzerie, che cercando di darsi una risposta, più volte si sono interrogate e si saranno anche dette: "possibile che dopo tutti questi anni di esperienza non faccia già bene il mio lavoro?" "Cosa devo ancora imparare?"

Il punto non sta tanto del cosa devo ancora imparare, perché probabilmente la risposta è nulla o poco, ma più che altro come. Il mercato e gli interlocutori oggi non sono più gli stessi e l'approccio ai processi deve assolutamente cambiare. Ma perché? Perché standardizzare le procedure? In qualsiasi ambito produttivo, questo processo, permette di ridurre la possibilità di verificarsi di sprechi, perdite di tempo ed eventuali errori. Dato che la nostra attività si basa principalmente sulla vendita di tempo, quale miglior soluzione se non migliorare le nostre prestazioni in termini di tempistiche e introducendo procedure che possano permetterci di ridurle.

Dalle analisi effettuate dal gruppo PPG presso le carrozzerie utilizzatrici dei nostri prodotti, emergono chiare informazioni relative alle tempistiche legate ai tempi di ciclo. Infatti partendo da un **danno medio** riparato di circa **870,00€** ne scaturisce che la media di **auto riparate al giorno** è di circa **2,5**, con un tempo di ciclo (tempo medio necessario per la riparazione della vettura) di quasi **8 giorni** ed una media di **ore vendute al giorno sulla singola vettura riparata** di **2,56h**.

Tanto? Poco? Intanto serve capire dove ognuno di noi si posiziona rispetto a queste medie di mercato e successivamente, attraverso un processo di standardizzazione dei flussi di lavoro, concentrare i propri sforzi per ridurre al minimo perdite di tempo e sprechi che si tradurranno in un abbassamento di questi tempi medi che portano quindi con se una conseguente maggiore marginalità sui lavori eseguiti.

Sperando di avervi dato nuovi ed utili spunti di riflessione, auguro a tutti voi buon lavoro e di poter cogliere tutti i successi professionali che vi meritate.

Walter Villella
Business Solution Manager

RAPALLO, 25 – 26 MARZO 2015

CONVENTION *CERTIFIEDFIRST*: GRAZIE A TUTTI VOI!



Nella suggestiva location di Rapallo si è tenuta, il 25 ed il 26 Marzo, la **Convention dei membri del network CERTIFIEDFIRST**: due giorni nei quali i protagonisti siete stati **Voi!** La vostra partecipazione ed il vostro entusiasmo hanno fatto sì che questo consueto **grande evento di aggregazione potesse essere un successo.**

Ma non finisce qui: è grazie ai vostri spunti che cercheremo di fare sempre del nostro meglio per farvi sentire ogni giorno di più delle **carrozzerie esclusive!**

A seguito dell'evento, **40** carrozzerie hanno mostrato il proprio interesse ad entrare a far parte del network **CertifiedFirst!**

PILLOLE DAL MONDO DELL'AUTO

Prosegue il periodo di **ripresa** del mercato-auto: sia nel solo mese di Marzo sia nel trimestre Gennaio-Marzo 2015 sono stati rilevati **dati in aumento** rispetto agli stessi periodi dello scorso anno, per quel che riguarda le nuove immatricolazioni. Globalmente sono state registrate **161.303** autovetture, con una **crescita del 15%** sullo stesso mese di un anno fa. Da Gennaio a Marzo 2015 invece la **crescita** è stata del **13,4%**, grazie a **428.464** nuove vetture immatricolate. Di seguito ecco la tabella riassuntiva delle vendite delle principali case automobilistiche (**fonte: UNRAE**):

MARCHE	MARZO			GENNAIO – MARZO		
	2015	2014	VAR % 15/14	2015	2014	VAR% 15/14
ALFA ROMEO	3.128	3.255	-3,9%	8.462	8.069	4,9%
AUDI	5.520	5.200	6,1%	15.041	14.858	1,2%
BMW	4.813	4.417	8,9%	13.224	12.020	10,0%
CHEVROLET	51	785	-93,5%	160	4.616	-96,5%
LANCIA/CHRYSLER	5.461	5.473	-0,22%	15.721	15.559	1,0%
CITROEN	5.639	5.334	-5,7%	14.445	15.310	-5,65%
DACIA	4.471	3.153	41,8%	12.648	9.715	30,2%
FIAT	34.381	29.663	15,9%	88.906	80.311	10,7%
FORD	11.215	9.199	21,9%	30.119	24.288	24,0%
HONDA	412	450	-8,4%	1.170	1.301	-10,0%
HYUNDAI	4.868	4.050	20,2%	13.088	10.727	22,0%
JAGUAR	74	82	-9,8%	160	279	-42,65%
KIA	3.611	2.870	25,8%	10.589	8.817	20,1%
JEEP/DODGE	2.990	856	249,3%	8.009	2.007	299,0%
LAND ROVER	1.524	1.411	8,0%	4.500	4.052	11,0%
MAZDA	563	502	12,1%	1.422	1.493	-4,7%
MERCEDES	5.429	4.760	14,0%	13.647	12.120	12,6%
MINI	2.232	1.877	18,9%	5.385	4.913	9,6%
MITSUBISHI	458	281	63,0%	1.272	787	61,6%
NISSAN	6.576	5.551	18,5%	17.333	13.183	31,5%
OPEL	10.022	8.034	24,7%	24.986	19.533	27,9%
PEUGEOT	8.682	7.108	22,1%	22.870	20.090	13,8%
PORSCHE	413	242	70,6%	1.348	826	63,2%
RENAULT	9.334	8.383	11,3%	25.720	20.439	25,8%
SEAT	1.724	885	94,8%	4.119	2.768	48,8%
SKODA	1.461	1.605	-8,9%	4.010	3.909	2,58%
SMART	2.405	1.803	33,4%	7.015	5.369	30,6%
SSANGYONG	105	112	-6,2%	290	294	-1,36%
SUBARU	323	339	-4,7%	824	802	2,74%
SUZUKI	1.659	2.143	-22,6%	3.980	4.657	-14,5%
TOYOTA	7.001	6.075	15,2%	19.089	17.127	11,4%
VOLKSWAGEN	11.774	11.675	0,8%	31.326	31.105	0,71%
VOLVO	1.816	1.756	3,4%	4.519	3.805	18,7%
TOTALE	161.303	140.189	15,0%	428.464	377.629	13,46%

SEMPRE PIÙ IBRIDE, MA ANCORA POCHE – Secondo i dati **UNRAE**, nel solo mese di Marzo 2015, in Italia, sono state vendute 2.442 auto ibride, più di quelle vendute singolarmente sia a Gennaio sia a Febbraio. In crescita anche il dato delle auto elettriche, che nel terzo mese dell'anno ha superato per la prima volta quota 300. I dati sono incoraggianti ed in salita, ma ancora distanti dal resto d'Europa: le ibride sono l'**1,5%** del totale di auto vendute in Italia, le elettriche addirittura lo **0,14%**. (**fonte: greenstart.it**)

CONSUMI PRIMO TRIMESTRE – Benzina e gasolio segnano un **+0,4%** nel primo trimestre del 2015 in riferimento allo stesso periodo del 2014; questo nonostante un calo della spesa complessiva per i rifornimenti, **-14,6%** rispetto ad un anno fa. (**fonte: gazzetta.it**)

TREND E CURIOSITÀ DAL MERCATO ASSICURATIVO



RC AUTO ONLINE, SEMPRE PIÙ ITALIANI AL RISPARMIO – Sempre più italiani si affidano al web per osservare le offerte assicurative in termini di rapporto qualità / prezzo; una ricerca promossa dalla società di assicurazioni online *Quixa* e condotta da *MPS Marketing Problem Solving*, ha infatti rilevato come il 63% degli assicurati italiani faccia almeno un preventivo RC auto online prima di decidere se cambiare polizza o meno. Si lancia in attività di confronto, di ricerca informazioni e persino di contrattazione con la propria compagnia. Si tratta di un dato radicalmente in

controtendenza in riferimento a quanto avveniva appena 3 anni fa: tra la fine del 2011 e l'inizio del 2012, infatti, un numero molto simile a quello riportato sopra, nello specifico il 61% degli assicurati italiani, rinnovava automaticamente la propria polizza con la medesima compagnia, senza nemmeno valutare opportunità di modifiche; più o meno la stessa quantità di contraenti, ora, presta molto più attenzione a queste eventualità. La motivazione è duplice: da un lato troviamo l'aumento di compagnie online o anche di portali Internet che consentano il confronto tra le varie compagnie; dall'altro lato invece c'è la maggiore attenzione prestata dagli stessi automobilisti italiani al risparmio, visto che di quel 70% di intestatari che ha cambiato almeno una volta nella vita la propria assicurazione, il 58% lo ha fatto per convenienza economica. (**fonte: facile.it**)



SCATOLA NERA, DATI ANCORA SCARSI – Poteva essere una svolta epocale (ed era stata preannunciata come tale, effettivamente) ma per il momento ancora nulla di eclatante. La scatola nera per le auto è arrivata anche in Italia da un paio di anni abbondanti, ma i risultati tardano ad arrivare. A fine 2014, infatti, su circa 40 milioni di assicurati in Italia, solo 2 milioni di questi montano regolarmente una scatola nera sulla propria vettura. Il 5% ce l'ha, quindi, e per far sì che siano invece

tutti ad averla bisognerebbe installarne in quantità 20 volte superiori rispetto ad oggi. Ad averne installate in grandi quantità sono stati soprattutto i neo-patentati, i quali al contempo hanno avuto uno sconto sul premio assicurativo (altrimenti abnorme) ed in più sono *invogliati* a guidare bene in quanto monitorati dal dispositivo di bordo. Secondo l'editorialista di *Automoto* Enrico De Vita, è comunque molto difficile pensare che tutti possano averla a bordo. Per quanto la discrepanza tra chi la possiede e chi no crei delle differenze sostanziali nelle condizioni di viaggio degli automobilisti (ossia chi la possiede sarà più trasparente in quanto si conosceranno tutti i dettagli della guida, mentre chi non la possiede potrebbe, eventualmente, raccontare una propria versione dei fatti, al netto di testimonianze), è comunque impensabile una copertura completa del 100% delle autovetture. Lo è soprattutto per una questione economica, spiega sempre lo stesso De Vita, visto che per le compagnie assicurative tali dispositivi hanno un costo di circa 200 € l'uno: per un automobilista di fascia di merito 1, ad esempio, che non commette incidenti da una vita, ad esempio, non vale la pena per le Assicurazioni investire nelle scatole nere, *scommettendo* sulla continuazione di guida impeccabile da parte dell'automobilista stesso. (**fonte: automoto.it**)



NIENTE "MULTA AUTOMATICA" PER MANCATA REVISIONE – Non ci saranno multe "automatiche" per coloro che non effettueranno la revisione nei tempi previsti. A fare chiarezza su un argomento piuttosto spinoso è direttamente il Direttore Generale della Motorizzazione Civile, Maurizio Vitelli. *"La sanzione per mancata revisione nei tempi dovuti non scatterà in modo meccanico ed automatico, ma diventerà effettiva solo nel momento in cui si dovesse circolare con quel mezzo"*. Con l'informatizzazione delle procedure legate alle revisioni stesse infatti la prenotazione in officina è diventata obbligatoriamente telematica.

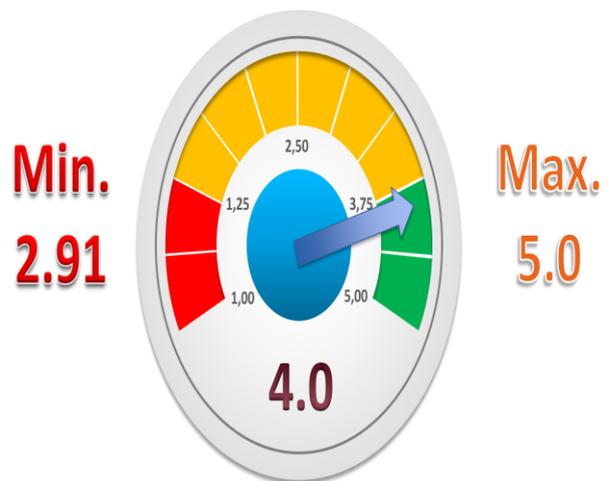
Tale provvedimento era stato assunto di proposito per cercare di limitare il numero dei veicoli che regolarmente viaggiavano sulle nostre strade, pur non avendo sostenuto l'*esame*. Un enorme database avrà quindi il compito di monitorare la regolarità o meno dei veicoli, verificandone sì lo stato, ma senza procedere all'invio di sanzioni. La precedente versione interpretativa del nuovo comma 14 dell'art. 60 del Codice della Strada era quella fatta dall'Associazione Italiana Difesa Consumatori (meglio nota, semplicemente, come Adiconsum) e dal suo Presidente Pietro Giordano, secondo cui la multa da infliggere sarebbe stata generata quasi direttamente in seguito al rilevamento della scorrettezza da parte del database centrale. Un piccolo sospiro di sollievo per gli automobilisti, per i quali in ogni caso permane l'obbligo di sostenere la revisione entro i tempi e le modalità pre-stabilite e per i quali, d'ora in poi, ci sarà un nuovo *Grande Fratello* pronto a monitorare eventuali mancanze. (**fonte: motori.fanpage**)

QUESTIONARIO DI SODDISFAZIONE

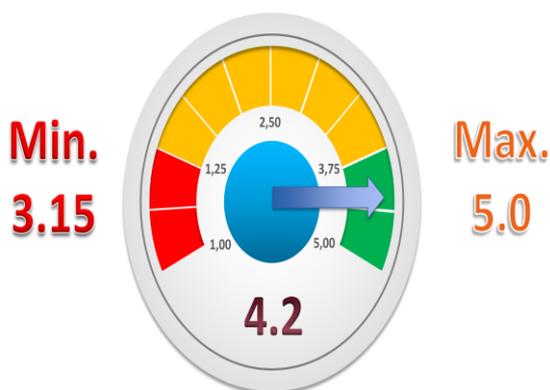
- **PER CHI È?** Il questionario è rivolto ai clienti delle varie carrozzerie CF.
- **CHE COS' È?** È un questionario anonimo, gratuito, per i vostri clienti, da far compilare online ed inviato via sms e/o e-mail.
- **CHI LO FA?** StudioMosna si fa carico di contattare direttamente i vostri clienti mediante sms e/o e-mail.
- **PERCHÉ FARLO?** Perché un questionario sulla soddisfazione, compilato da un tuo cliente, misura il livello delle aspettative che il cliente stesso ripone in te.



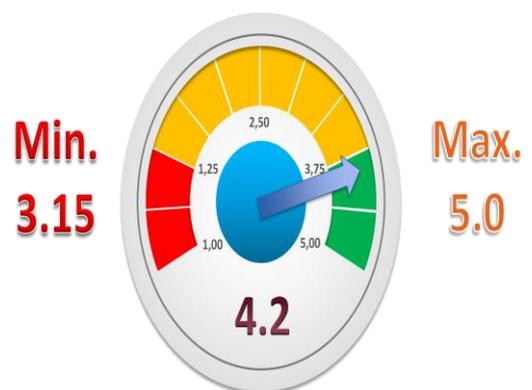
Su 2.352 invii, il **40%** dei clienti ha risposto



4.0 è il livello di consegna delle carrozzerie CF



4.2 è il livello di cortesia delle carrozzerie CF



4.2 è quanto verrebbe consigliata una carrozzeria CF

Per problemi o per l'invio dei dati relativi ai clienti, contattare: help.csicf@studiosmosna.eu

GARANZIA A VITA SULLA VERNICIATURA

Come si muove concretamente il network **CERTIFIEDFIRST**? Come si arriva alla **GARANZIA A VITA**?

ECCO LE TRE FASI:

FASE 1

AUDIT TECNICO E PIANO D'AZIONE

Verifica dei settori e dei processi di lavoro della carrozzeria + realizzazione di un piano di miglioramento

FASE 3

MANUALE E APPLICAZIONI

Manuale della verniciatura + standardizzazione dei processi produttivi + verifiche tecniche + rilascio della documentazione

FASE 2

QUESTIONARIO E REPORT ECONOMICO

Raccolta dei dati economici della carrozzeria + report di analisi delle performance economiche



Buon lavoro a tutti da parte del Team CertifiedFirst



LA TUA OPINIONE È MOLTO IMPORTANTE PER NOI!

Questa newsletter nasce con l'intento di dare un ulteriore servizio di informazione ed aggiornamento alle carrozzerie appartenenti al Network CertifiedFirst®.

Per questo motivo sarebbe gradito ricevere la sua opinione a riguardo e sapere se, nelle prossime newsletter, vorreste trovare altre informazioni o ulteriori approfondimenti.

Per commenti o suggerimenti, inviare una e-mail a: cfitalia@ppg.com