

Program: un servizio distintivo anche nel post vendita

Program mette in pratica la sua filosofia anche nel mondo del post vendita: quello della società fiorentina è un servizio distintivo, che pone al centro le persone e, in vista del futuro, vuole puntare sul supporto indispensabile della tecnologia. Ecco i principali progetti.

Di Marco Castelli

Passione, entusiasmo, senso di appartenenza: con questi valori, che ormai sono diventati una vera e propria filosofia aziendale, Program affronta il mondo sempre più strategico del post vendita. Stiamo parlando di valori essenziali che la società di noleggio fiorentina vuole trasmettere quotidianamente ai propri centri di manutenzione convenzionati.

Video Pierinelli

Il punto di partenza è intuibile: il fermo tecnico di un veicolo costituisce un disagio non da poco per l'azienda cliente e, quindi, è fondamentale risolvere questa problematica rapidamente e nella maniera giusta. Quello che è davvero distintivo, invece, è lo stile di Program.



PROGRAM E IL POST VENDITA: LA PERSONA AL CENTRO DI TUTTO

“In un mondo sempre più tecnologico e digitale, stiamo riportando l'uomo, ovvero la persona, al centro dei nostri pensieri e delle nostre strategie. Cerchiamo di dedicare al cliente l'attenzione che merita e tutto il tempo che serve” esordisce **Riccardo Pierinelli**, senior manager aftersales della società.

“La nostra strategia nel post vendita ha una doppia anima: un’anima commerciale, perché ci occupiamo di customer care e customer service a 360 gradi, gestendo le situazioni di fermo del cliente, e un’anima operativa, che riguarda soprattutto il rispetto delle esigenze di costo e il monitoraggio dei processi di Authority” prosegue Pierinelli.

WORK IN PROGRAM

“Abbiamo tanti progetti: siamo solo all’inizio di una grande sfida che ci sta facendo cambiare pelle in modo rapido” spiega ancora il senior manager aftersales di Program.

La tecnologia, naturalmente, è al centro della scena: “Questi progetti riguardano in particolare un monitoraggio sempre più massivo del fermo tecnico e il settore della diagnostica predittiva, ovvero tutto l’universo di informazioni derivanti dalla scatola nera, che ci consentirà di avere un approccio sempre più proattivo nei confronti del cliente”.



Attraverso i dati trasmessi dalla black box, infatti, il Service della società di noleggio potrà avvisare il cliente in tempo reale in caso, ad esempio, di un’anomalia riscontrata al motore, per non rischiare di peggiorare la situazione e far sì che il driver non guidi un veicolo pericoloso e inaffidabile. Un valore aggiunto in termini di sicurezza e risparmio nei costi.

IL PREMIO

Al recente evento Customer Centricity, organizzato da Fleet Magazine, Program ha ricevuto dai Fleet Manager delle principali aziende a livello nazionale un prestigioso premio per le aree “customer service e marketing”. Un riconoscimento assegnato in base ai risultati della survey “Noleggio & Qualità”, nata da un’idea dell’Osservatorio Top Thousand e effettuata dalla nostra redazione.



“Per noi è un motivo di orgoglio e grande soddisfazione. Il premio ripaga le attenzioni che abbiamo avuto per i nostri clienti specie nell’ultimo periodo. Non è un punto di arrivo, bensì un punto di partenza per fare ancora meglio” conclude Pierinelli. Puntando sempre più su una relazione diretta con il cliente, senza numeri verdi, né interminabili tempi di attesa.