

## Come controllare in modo efficiente i margini del remarketing?



Stéphane GILABERT

Head of Marketing Product

Rivendere veicoli a professionisti è essenziale nella strategia relativa ai veicoli usati, ma anche più importante è rivenderli al giusto prezzo. Il monitoraggio delle performance di vendita è necessario sia per ottimizzare i margini che per migliorare le prestazioni. Se da un lato il periodo COVID ha accentuato i tagli economici, dall'altro ha rappresentato una grande opportunità, con livelli di performance e carenze di stock che hanno raggiunto livelli mai visti prima. Da allora, il mercato è tornato a una situazione normale. È quindi importante concentrarsi sul controllo dei margini e del pricing per monitorare le performance di vendita e allinearsi alla realtà del mercato.

### Un sistema di riferimento basato sul mercato...

#### Identificare i veicoli con precisione (VIN)

Per controllare efficacemente i margini di remarketing è fondamentale affidarsi a un solido sistema di riferimento del mercato esterno. Ciò inizia con **un'identificazione accurata dei veicoli, utilizzando il VIN (Vehicle Identification Number) come identificatore preciso**. Oggi, per ottenere un risultato accurato, l'identificazione dovrebbe raggiungere almeno il

**98% del mercato.**

#### Confrontare i veicoli venduti con un valore di riferimento esterno

Una volta identificata la vostra auto, è essenziale ottenere un **valore di mercato esterno**. Sfruttando valori di riferimento esterni, le aziende ottengono un **benchmark chiaro e neutrale** per confrontare i prezzi e le prestazioni dei veicoli venduti: un corretto posizionamento di prezzi diventa così più agevole. Questo approccio garantisce che ogni transazione sia valutata rispetto alle condizioni di mercato, consentendo un allineamento più strategico dei prezzi di remarketing. Quanto più frequentemente vengono aggiornati i dati, tanto più accurata sarà la valutazione.

### ...per misurare le performance di vendita...

#### Calcola il tuo RPI

Una volta stabilito il mercato di riferimento, il passo successivo è quello di misurare le **performance di vendita**. Ciò comporta il calcolo di indicatori chiave, come RPI (Remarketing Price Index) per valutare la redditività di diverse categorie di veicoli, aree geografiche, marchi, gruppi, ... **Per calcolare un RPI si possono utilizzare diverse metodologie**, che dipendono principalmente dal mercato di riferimento (B2B, B2C, C2C) e dalle impostazioni specifiche incluse nel calcolo.

Inizialmente, l'RPI viene determinato in base al prezzo di vendita del veicolo più eventuali danni subiti. Successivamente, questo totale può essere diviso per un valore di mercato B2C o per un valore B2B configurato, che incorpora la percentuale e l'importo del margine del concessionario e il tasso di negoziazione.

Infine, **l'RPI può variare da un OEM all'altro**, a seconda delle impostazioni di calcolo scelte. In particolare, **l'RPI può oscillare fino a 10 punti tra due Paesi per gli stessi marchi**. Per un OEM è più strategico e rilevante monitorare l'RPI piuttosto che concentrarsi esclusivamente sul valore assoluto del margine.

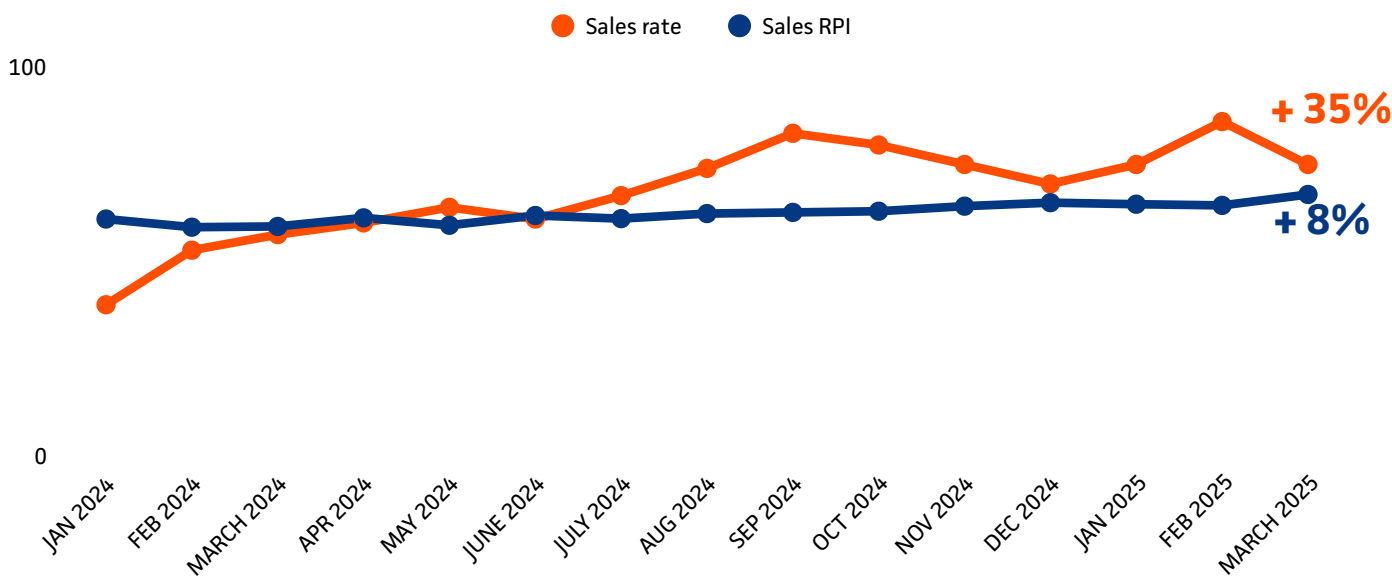
## ...e sfidare questa performance di vendita per sbloccare del valore

### Integrare KPI avanzati nella gestione delle vendite - definizione dei target

Per ottenere il massimo valore, le aziende dovrebbero incorporare KPI avanzati nei loro processi di gestione delle vendite e fissare obiettivi precisi.

Nella maggior parte dei casi, i prezzi di vendita si basano sui prezzi di acquisto. **Utilizzando un RPI predittivo delle vendite per stabilire il prezzo di acquisto, i produttori o altri players possono affinare la loro strategia e avvicinarsi ai loro obiettivi.**

In EasyReprise, la nostre subsidiary C2B, abbiamo utilizzato la previsione delle vendite (RPI) per la Francia sull'ultimo anno e per le auto fino a 8 anni. Il grafico seguente mostra l'andamento del nostro tasso di vendita e la performance delle vendite RPI.



Source: autobiz, France, vehicles 0-96 months

Allineando i prezzi di acquisto, l'RPI e i prezzi di rivendita con gli obiettivi di vendita, i livelli degli stock, l'attrattiva del marchio e i volumi lavorati, le aziende possono garantire che le strategie di vendita siano adeguate all'attuale contesto di mercato. **La capacità di monitorare i margini di vendita in tempo reale utilizzando strumenti avanzati è una leva essenziale per migliorare la produttività e la redditività.**

## Come anticipare le dinamiche in un panorama così incerto?

Per massimizzare la creazione di valore, è essenziale mettere continuamente alla prova le performance di vendita. L'integrazione di KPI avanzati nella gestione delle vendite consente di monitorare con precisione i margini ottenuti per categoria di veicoli e di adeguare le strategie di conseguenza.

Questi indicatori di performance chiave, come ad esempio l'RPI, forniscono informazioni preziose per ottimizzare i processi di vendita, migliorare la redditività e supportare un processo decisionale informato. Svolgono un ruolo cruciale nella definizione di una strategia di pricing forte e controllata. Il passo successivo consiste nell'automatizzare un numero sempre maggiore di attività per aumentare la produttività.

Mentre il panorama del remarketing diventa sempre più complesso, l'automazione offre un percorso per snellire le operazioni e aumentare l'efficienza. I processi automatizzati, dal monitoraggio dei KPI all'applicazione delle strategie di prezzo, consentono alle aziende di concentrarsi sulle attività strategiche, riducendo al contempo lo sforzo manuale. In questo modo si garantisce che il processo decisionale rimanga agile, preciso e reattivo alle dinamiche del mercato.

**Vuoi saperne di più?**

Stéphane GILBERT  
Head of Marketing Product

[insights@autobiz.com](mailto:insights@autobiz.com)

