

Forlì, 30 settembre 2014

Proposta di Piano Generale delle Attività 2015

Automobile Club Forlì-Cesena

La presente proposta di Piano Generale delle attività per l'anno 2015 viene formulata in conformità al Regolamento di Amministrazione e Contabilità di questo Automobile Club, approvato dal Consiglio Direttivo con delibera del 29 settembre 2009.

Nell'anno in corso la crisi economica perdurante a livello nazionale ha fatto sentire i suoi effetti anche sulle attività dell'Automobile Club.

In particolare, la compagine associativa che negli anni precedenti aveva registrato leggeri incrementi, denotando comunque una confortante tenuta, registrerà probabilmente una contrazione.

L'analisi del fenomeno nella ricerca delle cause conduce evidentemente in prima battuta proprio alla crisi economica che attanaglia il Paese. I servizi offerti dall'ACI non rientrano di certo tra i servizi essenziali e rischiano dunque di non essere acquistati o rinnovati in un momento di forte contrazione delle spese.

Tuttavia è necessario proporre un'analisi più dettagliata.

Innanzitutto è opportuno precisare che nel corso del 2014 il prezzo medio di acquisto della tessera e, dunque, il suo reale valore è sensibilmente aumentato rispetto all'anno precedente. Questa circostanza è stata dovuta sia alla mancata riproposizione di iniziative centralizzate di promozione associativa, sia ad una precisa scelta dell'ente, che ha preferito ripulire il portafoglio associativo di quelle associazioni di basso profilo e scarsamente remunerative.

L'analisi dei dati, tuttavia, suggerisce inequivocabilmente la necessità forte di puntare e agire in maniera decisa sulle leve che restano ancora a nostra disposizione.

E' un dato di fatto che il marchio ACI continua ad essere attraente nel nostro territorio provinciale. A testimonianza di quanto detto, basta considerare il numero di riscossione della tassa automobilistica, che sono un indicatore significativo del flusso di clientela che i servizi ACI riescono a richiamare.

Considerando il flusso di clientela suddetto, emerge in maniera evidente che non siamo ancora in grado di utilizzare al meglio quanto rappresentato dalla clientela che ogni anno entra nei nostri uffici. In particolare, troppo spesso ci limitiamo ad eseguire quanto ci viene chiesto dal cliente, senza neanche provare a stimolare nuovi bisogni, che permetterebbero operazioni di cross selling maggiormente remunerative e più soddisfacenti per il cliente stesso.

Prima ancora di andare a cercare all'esterno i nostri clienti/soci, è fondamentale lavorare su chi il marchio ACI lo ha già scelto.

A tal fine nel 2015 dovranno essere implementate e monitorate una serie di procedure operative che permettano una continua e più efficace osmosi di clientela tra i vari servizi dell'AC.

Le procedure da mettere in atto dovranno essere semplici e poco impegnative per il personale di front office, in modo da poter diventare più facilmente automatiche, con beneficio per l'intera struttura.

In particolare, si partirà con due operazioni che avranno l'obiettivo di aumentare la banca dati dell'AC e il portafoglio assicurativo di SARA Assicurazioni

Verranno stampati dei fogli per la raccolta dati dei clienti da consegnare al personale di SARA Assicurazioni, che provvederà a contattare il cliente che ha manifestato il suo consenso per la proposizione dei servizi assicurativi della compagnia, al prezzo di favore riservato ai soci ACI.

Questo tipo di operazione, in base ai dati raccolti da una prima sperimentazione effettuata nel corso dell'anno, porterebbe prudentemente comportare un ampliamento del portafoglio assicurativo tale da generare un aumento delle entrate per l'Automobile Club di circa € 10.000.

I dati in questione potranno essere utilizzati anche per la proposizione di altri servizi, come ad esempio la conferma di validità della patente e i corsi recupero punti, migliorando le entrate dell'Ente per un importo analogo.

La seconda operazione avrà proprio l'obiettivo di incrementare la banca dati dell'Automobile Club, in modo da estendere la proposizione dei servizi ad una clientela più ampia. A tal fine, si procederà a fotocopiare la patente di guida di ogni cliente in modo da poter inserire i dati dello stesso nel nostro archivio, per avvertirlo gratuitamente prima della scadenza del documento di guida.

Tale operazione comporterebbe, dall'analisi dei dati in nostro possesso, un aumento delle entrate stimabile in via prudenziale di circa € 15.000

Sarà importante monitorare costantemente la messa in atto delle due procedure, così da poterne valutare regolarmente gli effetti.

Esaminando i dati relativi al portafoglio associativo, è possibile dedurre che è fondamentale rafforzare la base sociale fidelizzata, in modo da diminuire gli effetti negativi dei mancati rinnovi annuali.

In questo senso, vero strumento di fidelizzazione legato ad un servizio da sempre molto apprezzato dai Soci è Bollo Sereno, che permette al socio il pagamento in automatico della tassa automobilistica alla sua corretta scadenza.

Per quanto il nostro sodalizio abbia una base fidelizzata abbastanza soddisfacente, tuttavia è facile notare come tale base sia il frutto del lavoro quasi esclusivo della sede, non contribuendo in maniera significativa nessuna delle delegazioni.

I motivi legati a questa scarsa partecipazione da parte della rete dei delegati sono da ricercare nel fatto che in tal modo il delegato perde l'incasso del bollo, con la relativa provvigione.

Sarà opportuno, allora, provveder ad incentivare maggiormente il lavoro della rete indiretta, con un aumento delle provvigioni legate al servizio Bollo Sereno.

Sarà infine opportuno esaminare nuovamente il prezzo di alcuni dei servizi proposti, che attualmente sembrano al di sopra della linea media del mercato.

In particolare, l'aumento dei diritti relativi alla conferma di validità della patente ha fatto in modo che le entrate legate al servizio abbiano sostanzialmente tenuto, nonostante il sensibile calo della clientela. Tale calo, tuttavia, va preso seriamente in considerazione, non apparendo corretto attribuirlo semplicemente alla crisi economica che da tempo attanaglia il Paese. E' probabile, infatti, che l'aumento dei diritti sul servizio in argomento abbia allontanato clientela dall'ACI, visto e considerato, inoltre, che nel settore opera da sempre un concorrente pubblico, come l'ASL che ha politiche di prezzo non paragonabili alle nostre.

Pertanto, pur essendo vero che la perdita di clientela non ha comportato in prima analisi una perdita significativa di entrate, è anche vero che un Ente come il nostro non può permettersi di perdere quasi il 10% della clientela di un servizio, che sta diventando sempre di più tra i maggiormente remunerativi tra quelli offerti.

Per arginare la perdita registrata nel corso del 2014, si procederà con il rivedere alcuni diritti sui servizi offerti, in modo da bilanciarli meglio in riferimento al

mercato, nonchè si proverà ad organizzare il servizio in fasce orarie attualmente non coperte.

E' evidente che queste attività avranno una maggiore possibilità di successo, se riusciremo a consolidare la forza del marchio ACI sul territorio provinciale.

A tal fine sarà opportuno caratterizzare l'Ente soprattutto grazie ai servizi con maggior valore sociale, in modo da rafforzare l'immagine dell'ACI al fianco dell'automobilista e impegnato per una mobilità sostenibile, sottolineando maggiormente l'impegno che l'Ente profonde in tema di sicurezza stradale, con l'organizzazione dei corsi di recupero punti della patente e dei corsi di educazione stradale nelle scuole della Provincia.

Soprattutto con riguardo ai primi, organizzare direttamente i corsi permetterà maggiormente all'A.C. di evidenziare il servizio di tutela legale della tessera, che è particolarmente apprezzato soprattutto da coloro che hanno un'alta mobilità con l'auto. In tal modo, con l'aiuto e la collaborazione delle associazioni di categoria, si potrà provare a penetrare con maggiore incisività proprio in quel target di mercato che dovrebbe essere maggiormente interessato in generale ai servizi ACI.

IL DIRETTORE

Stefano Zilla



