

# **AUTOMOTIVE: DIGITAL SALES**

Con le nostre soluzioni digitali trasformiamo il processo di vendita delle auto: dal preventivo alla firma del contratto



# **DI COSA PARLIAMO?**

<b>1</b>	<b>La nostra visione del mercato</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Il processo di vendita tradizionale</b>	<b>6</b>
	Firma digitale e normativa	<b>8</b>
<b>3</b>	<b>Digital Dealer Platform per la vendita digitale</b>	<b>10</b>
<b>4</b>	<b>Quali sono i benefici per il settore?</b>	<b>16</b>

# AUTORI

## Simone Dolce

Technical Director Automotive,  
Engineering

✉ [simone.dolce@eng.it](mailto:simone.dolce@eng.it)

[in Simone Dolce](#)



Con oltre 15 anni di esperienza nel settore automotive, Simone ha ricoperto ruoli di Consulting, Advisory, Management e Sales in Europa, Nord e Sud America, Cina. L'esperienza consulenziale presso importanti costruttori automotive ha permesso a Simone di maturare una profonda conoscenza dei processi industriali e commerciali, e di come ottimizzarli ed accelerarne la trasformazione verso nuovi modelli di business. Simone ricopre il ruolo di Direttore Tecnico della Divisione Automotive, ed opera nello sviluppo e potenziamento di soluzioni, servizi e prodotti digitali a supporto della Digital Transformation.

## Marco Sturniolo

Program Manager,  
Engineering

✉ [marco.sturniolo@eng.it](mailto:marco.sturniolo@eng.it)

[in Marco Sturniolo](#)



Con più di 10 anni di esperienza nel settore automotive, Marco ha ricoperto ruoli di Management Consulting, Advisory, Project & Program Management in Europa e Nord America. L'esperienza in consulenza per importanti costruttori automotive ha dato a Marco la possibilità di consolidare una significativa conoscenza dei processi industriali e commerciali; di gestire importanti progetti di Business Process Reengineering e di System Modernization (replatforming, digital transformation e cloud migration). In Engineering Marco è impegnato nello sviluppo e potenziamento del Portfolio della Divisione Automotive e ricopre inoltre il ruolo di Program Manager per i progetti automotive in ambito Sales&Aftersales e Regulation.

# 1 LA NOSTRA VISIONE DEL MERCATO





**Il mercato automobilistico globale sta lentamente uscendo dal lockdown**, dopo aver incassato le peggiori perdite dalla Seconda Guerra Mondiale. Gli stabilimenti produttivi hanno riavviato le linee e i rivenditori hanno riaperto i propri showroom con un modesto effetto di rimbalzo generato dalla domanda arrestatasi per mesi, segno di una crisi del mercato automotive fortemente amplificata dal Covid-19.

La crisi ha generato una flessione negativa della domanda, causata da un calo dell'indice di fiducia dei consumatori e da un'indecisione sull'acquisto di un'auto, combinata con l'attesa degli incentivi statali che dovrebbero invertire il trend degli acquisti.

Nei prossimi mesi i sussidi statali potranno mitigare gli effetti del Covid-19, ma di certo non saranno sufficienti a indirizzare tutte le sfide del settore.

Da un lato, infatti, **i costruttori sono chiamati ad affrontare la sfida di innovare la gamma prodotto** per rispondere a un mercato che attende elettrificazione e connettività, dovendo allo stesso tempo smaltire uno stock invenduto, fermo sui piazzali a causa del lockdown.

Dall'altro lato i rivenditori sono chiamati a ripensare le loro strategie di vendita, identificando abilitatori in grado di generare innovazione e creare nuovi canali di profitto.

Secondo le associazioni di categoria, il 56% dei rivenditori di auto in Italia ritiene che i clienti richiederanno **preventivazione, negoziazione e acquisto online**, con una spinta importante verso la digitalizzazione dell'intero processo di vendita tramite l'utilizzo di strumenti di e-Commerce.

La **digital customer experience** assume quindi un ruolo fondamentale nella vendita di un'auto: i clienti che manifestano intenzioni di acquisto preferiscono minimizzare le visite in showroom, a favore dell'utilizzo di canali digitali per interagire con i venditori: questo porta a una conseguente **adozione di nuove tecnologie** e a una formazione dei venditori sul loro uso e sulle relative modalità di vendita da remoto.

La **Divisione Automotive di Engineering** lavora da anni con costruttori, national sales companies, gruppi dealer e fornitori dell'ecosistema dei servizi di mobilità ed è quindi in grado di assicurare soluzioni affidabili in tempi rapidi. In questo contesto è nata la soluzione che permette di **digitalizzare l'intero processo di vendita del veicolo**, supportando venditore e cliente durante le fasi di preventivazione, negoziazione e infine acquisto di un veicolo in modalità completamente remota.

La soluzione introduce nel processo di vendita gli strumenti di riconoscimento certo, rilascio certificati, raccolta digitale consensi, firma digitale e archiviazione sostitutiva, necessari a gestire tutte le fasi in accordo a quanto prescritto dalle normative vigenti in merito alla compravendita di un'automobile.

# 2 IL PROCESSO DI VENDITA TRADIZIONALE





Il processo tradizionale è fortemente incentrato sulla presenza fisica in showroom del cliente e **sull'uso predominante di firme autografe e documenti cartacei** per la gestione della compravendita, e richiede quindi nuovi approcci e strumenti per poter essere gestito in totale o parziale modalità remota.

Il processo è tipicamente caratterizzato dai seguenti passaggi:

- 1. Gestione primo contatto e creazione di lead**
- 2. Configurazione vettura e creazione di un preventivo cartaceo**
- 3. Raccolta consensi privacy e firma del preventivo cartaceo.**

Il cliente matura la scelta dell'autovettura e ritorna quindi in concessionaria per finalizzare l'acquisto del veicolo, scatenando i successivi passi del processo:

- 4. Preparazione e stampa del contratto cartaceo**
- 5. Sottoscrizione del contratto cartaceo e raccolta dei consensi privacy**
- 6. Archiviazione dei documenti cartacei firmati.**

**Firma digitale e normativa**

L'automobile è un bene mobile registrato. La compravendita di autoveicoli si perfeziona, al pari della vendita di qualsiasi bene mobile, per mezzo del semplice consenso fra le parti e non richiede, perciò, né la forma scritta "ad substantiam", né l'intervento di alcun particolare organo pubblico.

La forma scritta, con relativa autenticazione, è richiesta ai soli fini della trascrizione al P.R.A, inteso a dirimere potenziali contrasti tra più aventi causa del medesimo venditore.

La digitalizzazione della vendita richiede la smaterializzazione della firma del cliente e del venditore, è quindi necessaria una conoscenza degli aspetti normativi che ne regolamentano l'utilizzo.

La firma autografa	La firma digitale	Equivalenza
Identifica il firmatario e dichiara la volontà del firmatario in relazione al contenuto del documento firmato (non repudiabilità)	la firma digitale deve riferirsi in maniera univoca a un solo soggetto e al documento o all'insieme di documenti cui è apposta o associata	<b>Sì</b>
La firma può essere rafforzata, ove previsto, con timbri e sigilli	L'apposizione di firma digitale integra e sostituisce l'apposizione di sigilli, punizioni, timbri, contrassegni e marchi di qualsiasi genere a ogni fine previsto dalla normativa vigente	<b>Sì</b>
Attesta l'integrità del documento	Ove apposta, garantisce l'integrità del documento sottoscritto a pena di invalidazione della firma	<b>Sì</b>



Alla firma digitale è quindi riconosciuta la piena parificazione rispetto alla firma di pugno. Tra gli atti pienamente validi se sottoscritti con firma digitale troviamo:

- sottoscrizione di dichiarazioni (per esempio, antiriciclaggio)
- contratti di acquisto di beni mobili, anche registrati
- consensi privacy
- clausole vessatorie.

Esistono varie tipologie di firme digitali, caratterizzate da crescenti livelli di identificazione e sicurezza.

	<b>FIRMA Elettronica SEMPLICE (FES)</b>	<b>FIRMA Elettronica AVANZATA (FEA)</b>	<b>FIRMA Elettronica QUALIFICATA (FEQ)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dati in forma elettronica, acclusi oppure connessi tramite associazione logica ad altri dati elettronici e utilizzati dal firmatario per firmare</li> </ul>	<b>X</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• È connessa unicamente al firmatario</li> <li>• È idonea a identificare il firmatario</li> <li>• È creata mediante dati per una firma elettronica che il firmatario può, con un elevato livello di sicurezza, utilizzare sotto il proprio esclusivo controllo</li> <li>• È collegata ai dati sottoscritti in modo da consentire l'identificazione di ogni successiva modifica di tali dati</li> </ul>		<b>X</b>	<b>X</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• È creata su un dispositivo qualificato per la firma elettronica</li> <li>• È basata su un certificato elettronico qualificato</li> <li>• Ha effetto giuridico equivalente a quello di una firma digitale</li> </ul>			<b>X</b>

# 3 DIGITAL DEALER PLATFORM PER LA VENDITA DIGITALE



La Trasformazione Digitale del processo di vendita non ha il solo fine di supportare il distanziamento sociale post Covid-19, riducendo o annullando le visite in concessionaria, ma è anche uno strumento che genera efficienza, riducendo drasticamente l'utilizzo di documentazione cartacea per la raccolta di firme e consensi e il conseguente onere di archiviazione e conservazione fisica.

Il primo passo per poter **smaterializzare il processo tradizionale** è quindi intervenire in tutti i punti in cui cliente e venditore operano su documenti cartacei, sostituendoli con analoghi formati digitali.

In questo contesto si inserisce la DDP – Digital Dealer Platform, la piattaforma B2B sviluppata da Engineering per il mercato Automotive per supportare la Trasformazione Digitale dei concessionari. La piattaforma è in grado di integrare l'ecosistema di dati e processi del dealer, fornendo una vista d'insieme del business (supportando ad esempio la complessità di gestire molti brand) ed erogando servizi innovativi tramite i suoi moduli:

- **DDA - Accelerator:** il sistema di integrazione delle diverse fonti di dati. Rappresenta un abilitatore degli altri moduli della piattaforma
- **DDB - Business Decision Assistant:** la piattaforma per gestire e monitorare l'intero business attraverso un'interfaccia di facile lettura
- **DDC - Customer App:** il punto di contatto tra il dealer e il cliente, che consente una comunicazione diretta ed efficace
- **DDU - Used Vehicle:** il portale per gestire l'usato, dalla perizia fino alla vendita del veicolo
- **DDS - Signature:** il servizio di firma digitale per semplificare i processi e consentire l'archiviazione elettronica dei documenti
- **DDD - Digidoc:** una famiglia di servizi paperless specifici per la gestione digitale della documentazione
- **DatoCerto:** piattaforma Blockchain per la notarizzazione delle informazioni

Gli ultimi tre moduli (DDS, DDD e DatoCerto), offerti in modalità SaaS – Software as a Service da Data Center Engineering o da Cloud pubblico, intervengono nel processo di smaterializzazione di consensi e firme e nell'archiviazione sostitutiva dei contratti.

## **Il processo di vendita digitale in concessionaria**

La digitalizzazione del processo di vendita effettuato nello showroom ne ottimizza e facilita la gestione, senza aggiungere step all'iter tradizionale, e consiste nei seguenti passaggi:

- 1. Gestione primo contatto e creazione di lead**
- 2. Configurazione vettura e creazione di un preventivo digitale:** l'offerta creata dal venditore viene condivisa con il cliente inviandogli un file in formato digitale al suo indirizzo e-mail per la raccolta consensi privacy e firme
- 3. Raccolta consensi privacy e firma del preventivo digitale:** il cliente riceve l'e-mail con il link di accesso alla piattaforma DDP e ha facoltà di installare una PWA-Progressive Web App sul proprio device o continuare in modalità tradizionale

Il cliente può quindi visualizzare il preventivo sul proprio device e compilare i consensi privacy, dando l'ok in modalità **Firma Elettronica Semplice (FES)**.

Il cliente matura la sua scelta dell'autovettura e ritorna quindi in concessionaria per finalizzare l'acquisto del veicolo, scatenando i successivi passi del processo digitale:

- 4. Preparazione e stampa del contratto digitale:** il venditore prepara il contratto digitale da sottoporre al cliente. Il documento generato dal B2B del dealer deve essere predisposto con i tag necessari per ospitare la firma qualificata e i consensi privacy.  
Il contratto viene condiviso in formato digitale, inviando un link al cliente per la successiva firma



- 5. Sottoscrizione del contratto digitale e raccolta dei consensi privacy:** il cliente utilizza il link di accesso alla piattaforma DDP per visionare il contratto sul proprio device, inserire i consensi privacy e quindi richiedere l'OPT (One Time Password) per la firma digitale.  
Il contratto può richiedere l'inserimento di più firme cliente, che possono essere gestite tramite un singolo OTP grazie alle funzionalità offerte dalla DDP.  
Il cliente inserisce all'interno dello spazio dedicato il codice OTP ricevuto via SMS, concludendo con successo il processo di firma.  
Al termine dell'operazione il contratto viene reso immutabile e inviato all'indirizzo di posta elettronica del cliente, mentre la copia del venditore è indirizzata automaticamente alla conservazione sostitutiva.
  
- 6. Archiviazione dei documenti digitali firmati:** la piattaforma DDP effettua l'archiviazione sostitutiva del contratto firmato, permettendo l'esibizione certificata online dei documenti informatici in ottemperanza a tutte le disposizioni di legge e normative AgID.  
La piattaforma consente la tracciatura degli accessi e garantisce la riservatezza delle password nel rispetto delle normative sul trattamento dei dati con strumenti elettronici. Infine, elimina il rischio di perdita delle informazioni e il rischio dell'interruzione del servizio mediante un Data Center principale di proprietà, che sfrutta un sistema storage enterprise in alta affidabilità ed un Data Center secondario per il servizio di disaster recovery.

La qualità e sicurezza dei dati sono garantite da Engineering, ma la proprietà delle informazioni acquisite e la relativa titolarità saranno sempre e solo del concessionario ed eventualmente condivise con il sistema B2B del costruttore.

I dati sono inoltre certificati su sistema di persistenza (**DDP - Conservazione sostitutiva DigiDOC**) e notarizzati su Blockchain (**DDP - DatoCerto**), offrendo anche al costruttore la possibilità di creare un punto centrale per l'archiviazione dei consensi privacy raccolti dal dealer e da altri sistemi (es: CRM).

La **Progressive Web App (PWA)** offerta dalla piattaforma DDP ha le seguenti caratteristiche:

- **Responsive:** si adatta alle varie dimensioni dello schermo: desktop, mobile, tablet, o dimensioni che potranno in seguito rendersi disponibili
- **Sicura:** viene esposta su protocollo HTTPS per evitare che la connessione esponga informazioni o che i contenuti siano alterati
- **Ricercabile:** viene identificata come "applicazione" e viene indicizzate dai motori di ricerca
- **Riattivabile:** è di facile riattivazione grazie a strumenti come le notifiche web
- **Installabile:** consente all'utente di "salvare" la app con icona sullo schermo del proprio terminale mobile (home screen) senza che si debbano affrontare tutti i passaggi e problemi legati all'uso dell'app store
- **Linkabile:** facilmente condivisibile tramite l'URL senza complesse installazioni
- **Offline:** può essere fruita anche senza connessione.

## **Il processo di vendita digitale online**

La vendita che si svolge completamente da remoto evita che il cliente si rechi in concessionaria rendendo il processo ancora più agile e attuabile in qualsiasi momento. Per poter perfezionare l'acquisto bisogna soltanto introdurre un ulteriore passo: il riconoscimento online del cliente e il rilascio del certificato.

Questo passaggio è preliminare alla raccolta dei consensi privacy e firma digitale del contratto ed è richiesto dalla normativa vigente per la tutela del cliente e dei dati forniti. Vediamo come si innesca tale operazione nel processo:

- 1. Gestione primo contatto e creazione di lead**
- 2. Configurazione vettura e creazione di un preventivo digitale**
- 3. Raccolta consensi privacy e firma del preventivo digitale**
- 4. Riconoscimento certo e rilascio del certificato:** il venditore utilizza la Digital Dealer Platform (DDP) per effettuare l'operazione di riconoscimento, che consiste in una videochiamata con il cliente, che si conclude con il rilascio del certificato di firma qualificata (che prevede la registrazione dell'intervista).

La videointervista viene avviata dal venditore, che invia tramite la DDP una mail al cliente per avviare la videochiamata.

L'intervista è fruibile da desktop o da mobile attraverso un canale brandizzabile, sicuro e certificato AgID per lo scambio di dati personali e prevede generalmente questi passi:

- caricamento da parte del cliente di scansioni o fotografie dei documenti richiesti
- avvio della registrazione video (necessario per dimostrare l'identità del Cliente per firma)
- intervista del cliente, effettuata utilizzando un elenco di domande predefinite
- rilascio del certificato di firma elettronica qualificata e invio per conoscenza al cliente.

- 5. Preparazione e stampa del contratto digitale**
- 6. Sottoscrizione del contratto digitale e raccolta dei consensi privacy**
- 7. Archiviazione dei documenti digitali firmati**

# 4 QUALI SONO I BENEFICI PER IL SETTORE?



La trasformazione del processo di vendita è in corso da anni, così come è certificato dalla riduzione delle visite in concessionaria e dall'aumento della raccolta di informazioni effettuata in autonomia dal cliente tramite strumenti online.

Un modello di vendita totalmente online, in cui il cliente inserisce in autonomia il proprio ordine veicolo e la vettura gli viene consegnata a casa, prevede una serie di passaggi intermedi quali la negoziazione da remoto, la firma digitale o l'archiviazione documentale sostitutiva. La fase emergenziale del Covid-19 ha accelerato l'adozione di questi step, ma adesso è utile capire che questa accelerazione porta dei benefici che vanno ben oltre la necessità di distanziamento sociale:

- **la negoziazione online** consente al cliente di accedere a molteplici venditori, permettendogli di identificare in tempi ridotti la miglior offerta per il veicolo desiderato
- **la smaterializzazione della documentazione e l'archiviazione automatizzata** riducono drasticamente i costi di back-office della concessionaria
- **la raccolta digitale dei consensi** e la sua notarizzazione tramite Blockchain abilitano una gestione della privacy più strutturata e aderente ai requisiti GDPR
- **la vendita online** può influenzare le abitudini dei clienti aumentando la volontà di acquisto, perché offre un'esperienza del tutto simile a quella dei più noti marketplace, dove prodotti e servizi si combinano creando proposte personalizzate capaci di indirizzare maggiormente l'acquirente.

Proprio grazie alle nostre competenze di settore, rappresentate anche dalla nostra piattaforma dedicata, la DDP - Digital Dealer Platform, aiutiamo i nostri clienti a raggiungere questi benefici, abilitando così la digitalizzazione del processo di vendita delle automobili.



# ENGINEERING

Da oltre 40 anni Engineering è tra i principali attori della trasformazione digitale di aziende e organizzazioni pubbliche e private, con un'offerta innovativa per i principali segmenti di mercato.

Con circa 11.600 professionisti in 40+ sedi (in Italia, Belgio, Germania, Norvegia, Repubblica di Serbia, Spagna, Svezia, Svizzera, Argentina, Brasile, Messico e Usa), il Gruppo Engineering disegna, sviluppa e gestisce soluzioni innovative per le aree di business in cui la digitalizzazione genera i maggiori cambiamenti, tra cui Digital Finance, Smart Government & E-Health, Augmented City, Digital Industry, Smart Energy & Utilities, Digital Media & Communication. Nel corso del 2020, Engineering ha supportato i suoi partner nella continuità e protezione del loro business e dei processi chiave, assistendoli nella progettazione del loro New Normal e nella mappatura di nuovi ecosistemi digitali. Con le sue attività e progetti, il Gruppo contribuisce a modernizzare il mondo in cui viviamo e lavoriamo, combinando competenze specialistiche nelle tecnologie di ultima frontiera, infrastrutture tecnologiche organizzate in un modello unico di multicloud ibrido, capacità di interpretazione dei nuovi modelli di business. Con importanti investimenti in R&D, Engineering svolge un ruolo di primo piano nella ricerca, coordinando progetti nazionali e internazionali grazie a un team di 450 ricercatori e data scientist e a una rete di partner scientifici e universitari in tutta Europa. Asset strategico del Gruppo è il know-how dei suoi dipendenti al cui sviluppo ha dedicato una Scuola di formazione multidisciplinare che nell'ultimo anno ha erogato oltre 15.000 giornate di formazione.

[www.eng.it](http://www.eng.it)

## IL MONDO IN CUI VIVIAMO

- AUGMENTED CITY
- SMART ENERGY & UTILITIES
- SMART TRANSPORTATION
- DIGITAL MEDIA & COMMUNICATION

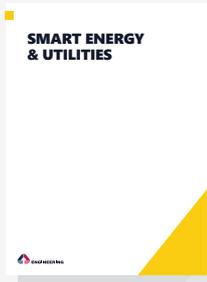
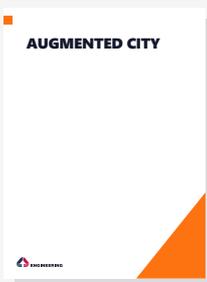
## IL MONDO IN CUI LAVORIAMO

- DIGITAL INDUSTRY
- DIGITAL FINANCE
- DIGITAL RETAIL & FASHION
- SMART AGRICULTURE

## IL MONDO CHE SI PRENDE CURA DI NOI

- SMART GOVERNMENT
- E-HEALTH
- DIGITAL DEFENSE, AEROSPACE & HOMELAND SECURITY

# Il nostro punto di vista



Coming Soon



 [www.eng.it](http://www.eng.it)

 @EngineeringSpa

 Engineering Ingegneria Informatica Spa