

Una storia centenaria nel mondo della distribuzione

auto in Italia quella di **Trivellato**, che da oltre 60 anni rappresenta il punto di riferimento Mercedes-Benz per il Nord-Est, con la concessionaria ufficiale più antica d'Italia della Stella di Stoccarda. Con 400 dipendenti e 14 sedi per la vendita e l'assistenza di vetture, veicoli commerciali e industriali Mercedes e Smart per le province di Vicenza, Padova, Verona e Rovigo, il gruppo Trivellato è impegnato nella costante attenzione alla piena soddisfazione del cliente e si è strutturato per affrontare le sfide del futuro della mobilità. Un'eccellenza mono mandato in un panorama sempre più caratterizzato da gruppi multi brand.

“L'attenzione al cliente si esprime ottimizzando l'esperienza in ogni punto di contatto e di interazione”, spiega **Luca Crisà**, digital strategy & innovation director di Trivellato, “dall'acquisto all'assistenza, abbattendo eventuali barriere all'interno del customer journey”. In un periodo in cui il digitale ha assunto un ruolo sempre più rilevante, la figura del digital strategy

& innovation director, creata qualche anno fa, ha permesso a Trivellato di mantenere gli elevati standard di servizio assicurati ai clienti nel pre-pandemia, attraverso esperienze tailor made

sui canali phygital che creino servizi differenzianti ad alto valore aggiunto. Non è un caso se per due volte negli ultimi tre anni Trivellato è stato premiato dall'Automotive Dealer Day come Best Digital Dealer. Di recente è stato rinnovato il design del sito, un vero e proprio portale che semplifica e ottimizza l'esperienza dell'utente, garantendo, in pochi click, l'individuazione della vettura più adatta alle proprie esigenze. “Il venditore di Trivellato è bravissimo a esaudire i desideri della

nostra clientela”, spiega Crisà. “Ma i dati associati al processo di vendita erano visti come mera burocrazia. Oggi è chiaro che le informazioni provenienti dai vari touch point con il cliente ci permettono di cogliere nuove opportunità. D'altra parte, la firma del contratto rappresenta solo l'inizio di un lungo rapporto di consulenza con il nostro cliente. In altre parole, la personalizzazione è l'approccio sempre più apprezzato, soprattutto nel mercato dei beni di lusso”. Proprio questa consapevolezza proietta



UNA STELLA AL PETTO

Trivellato, punto di riferimento per il mercato dell'auto del Nord Est, ha la concessionaria ufficiale più antica d'Italia della Mercedes. Sostenibilità e digitale sono le chiavi per affrontare le sfide del futuro della mobilità. E per quest'anno è pronta una linea di allestimenti dedicata al mondo Amg



Trivellato verso la sua sfida quotidiana: saper offrire un'esperienza unica e su misura a ogni singolo cliente. Per il 2021 il gruppo sta sviluppando una propria linea di allestimenti per il mondo Amg. Ed è anche l'unico Amg Performance Center presente sul territorio veneto, dimostrando un occhio di riguardo ai clienti più sportivi della Mercedes e vantando una lunga tradizione nelle competizioni. Dal 2020 la Trivellato Racing è rientrata nel Circus con Svc Villorba Corse partecipando - dopo 30 anni di stop - al Campionato GT4, perso all'ultima gara, e vincendo invece la 12 ore del Golfo. Nel 2021 è impegnata nel Campionato Europeo GT4 e nel Campionato Italiano Gran Turismo Sprint. Due eventi che si aggiungono alle numerose sessioni di formazione e gentleman experience, in cui vengono messe in pista e a disposizione degli appassionati alcune vetture del circuito corse. Innovazione, attenzione al cliente, cultura e profonda passione per il motorsport: questi i valori che avvicinano l'azienda all'anno del centenario. Il 2022 sarà dedicato a un unico tema: quello del viaggio. "Il viaggio è tutto quel che riguarda sensazioni forti e belle", spiega **Luca Trivellato**, amministratore delegato del gruppo. "Pensate a un'opera d'arte, a una sinfonia musicale, a una vittoria, ma anche, perché no, a un bel viaggio in automobile. Il futuro appartiene a coloro che credono alla bellezza dei propri sogni" è un aforisma

Pagina a fianco, Luca Trivellato, ad del gruppo, che sta sviluppando anche una linea di allestimenti per il mondo Amg. A destra Luca Crisà, digital strategy & innovation director.

attribuito a Eleanor Roosevelt che ha in sé una forza straordinaria, che si contrappone alla difficile quotidianità di questo periodo storico. Le circostanze indotte dalla pandemia si stanno rivelando un'occasione di fortissima innovazione per aziende come Trivellato nella transizione verso il digitale, la sostenibilità e la valorizzazione del capitale umano. Solo così l'innovazione diventa forza propulsiva per la crescita". Trivellato si impegna ad accrescere le competenze delle proprie risorse, che si



l'intero sistema azienda, valorizzando le proprie risorse come uno dei driver

principali", ammette Crisà. "E noi in Trivellato puntiamo a essere tra queste" **F**

● "Le realtà vincenti di domani saranno quelle che sapranno riconoscere nella cultura, nel talento e nell'innovazione una dimensione in grado di creare valore aggiunto per l'intera azienda"

identifichino in una 'comunità di innovatori', fatta di individui dotati di spirito libero e di pensiero sistemico nei diversi ruoli che ricoprono all'interno del gruppo. "Le realtà destinate a crescere nel prossimo futuro saranno quelle che sapranno riconoscere nella cultura, nel talento e nell'innovazione una dimensione nuova in grado di creare valore aggiunto per

