



Comunicato stampa  
23 febbraio 2021

**Motorfelsinea Imola premiato come Concessionario BMW  
Motorrad che maggiormente si è distinto nell'orientamento al  
Cliente**

**Il "Customer Orientation Award 2020" è stato assegnato in  
occasione della Dealer Convention digitale**

BMW Motorrad Italia ha incontrato virtualmente la Rete dei propri Concessionari il 29 gennaio scorso in una Dealer Convention digitale per celebrare e commentare i risultati relativi al 2020.

Durante l'incontro, oltre a condividere la strategia futura, si sono celebrati i risultati conseguiti nel 2020, che sono stati positivi non solo dal punto di vista quantitativo, ma anche dal punto di vista qualitativo, nonostante il drammatico scenario con cui ci si è dovuti confrontare.

Tema dominante dell'evento è stato la sostenibilità del business e l'orientamento alla soddisfazione dei Clienti, verso i quali si è investito per rendere le concessionarie posti sicuri ed accoglienti e digitalizzando molti processi così da soddisfarne le esigenze in parte cambiate da questo nuovo e difficile scenario.

La Dealer Convention è stata anche l'occasione per premiare il Concessionario che maggiormente si è distinto nella cura del Cliente: alla sede di Imola del gruppo Motorfelsinea srl è stato assegnato il "Customer Orientation Award 2020". La classifica è stata stilata da una giuria interna di BMW Motorrad sulla base di un set di parametri quantitativi e qualitativi, quali ad esempio l'analisi dei feedback dei Clienti, il programma di iniziative messe in atto per migliorare il servizio e la fedeltà della propria clientela.

Oltre la sede di Imola la classifica ha visto nella top ten tutti e tre gli outlet del gruppo Motorfelsinea srl di Stefano Buscaroli, imprenditore bolognese che vede nel Cliente il bene più prezioso e definisce il focus della sua Azienda quello di garantire una esperienza in grado di toccare i 5 sensi durante la visita presso i loro showroom e le loro officine, facendosi forti anche della gamma prodotti e servizi offerti da BMW Motorrad.

"L'orientamento al Cliente – dice Stefano Buscaroli, in occasione della consegna del premio avvenuta il 18 febbraio presso la sua sede principale a Bologna - è un'attività complessa che richiede un'attenzione quasi maniacale a ogni singolo aspetto. Grazie a un'efficace organizzazione, un efficiente sistema di controllo e a una chiara visione centrale condivisa con tutti i miei collaboratori riusciamo a plasmarci al meglio sulle esigenze dei nostri Clienti, le cui aspettative e priorità possono differire spostandosi ad esempio dall'Emilia alla Romagna. Ogni Cliente in fin dei conti è unico e ha esigenze proprie, e riteniamo che un approccio tailor-made sia il miglior modo per capirli fin in fondo e quindi di soddisfarli al meglio".



“Il 2020 è stato sicuramente un anno a dir poco anomalo e complicato, ma ritengo che certi risultati non siano figli di un exploit” rivela l’Imprenditore bolognese, che poi continua: “Questo riconoscimento testimonia un lavoro che parte da lontano, che richiede impegno e dedizione e probabilmente, in un momento così, la tenacia ed i valori della nostra Azienda, che cerchiamo di trasmettere giorno dopo giorno in concessionaria ed in qualsiasi contatto con i Clienti, sono stati particolarmente apprezzati dai motociclisti che hanno deciso di darci la loro fiducia. Una delle azioni che sicuramente hanno portato a questo risultato è stato l’aver capito con ancor più forza e convinzione già durante il lockdown, che era necessario stare ancor più vicini ai nostri Clienti; in tal senso abbiamo abbracciato con convinzione una filosofia maggiormente digitale rispetto al passato, in modo che, anche grazie agli strumenti che BMW ci ha messo a disposizione, ogni Cliente potesse trovarci pronti a rispondergli, che fosse per una semplice informazione o per qualcosa di più approfondito. Sotto questo aspetto, la velocità di risposta e di feedback che siamo stati in grado di garantire può averci aiutato, spianando un pochino la strada che ci si prospettava, irta di insidie, alla riapertura di maggio”.

Non sono mancati i complimenti della direzione di BMW Motorrad Italia, che vede in questo premio la celebrazione dei valori del marchio e nell’impegno che i Concessionari instancabilmente mettono nella cura dei Clienti un motivo in più di orgoglio.

“Il 2020 è stato un anno in cui i rapporti con i Clienti sono stati ancor più al centro della nostra attenzione – afferma Salvatore Nicola Nanni, General Manager di BMW Motorrad Italia - e la situazione legata alla pandemia ci ha spinto a rinnovare il modo di comunicare con loro e il modo di offrire i nostri prodotti e servizi. Il supporto dei nostri Concessionari in questo senso è stato fondamentale. Tutta la rete di vendita ha reagito con energia a una situazione che soprattutto nei primi mesi dell’anno è stata davvero drammatica, e l’esempio di Stefano Buscaroli è significativo e testimonia la grande tenacia e visione che accomuna gli imprenditori che hanno sposato i valori del nostro Brand, che vede al centro proprio il Cliente”.

Per maggiori informazioni

I materiali di stampa per le motociclette, gli accessori e l’abbigliamento tecnico BMW Motorrad sono disponibili presso il BMW Group PressClub - [www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com)

Per ulteriori informazioni:

**Andrea Silva**

BMW Group Italia

PR & Communication Manager Motorrad

Telefono: +39 0251610278

E-mail: [Andrea.Silva@bmw.it](mailto:Andrea.Silva@bmw.it)

Media website: [www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com) e <http://bmw.lulop.com>



### Il BMW Group

Con i suoi quattro marchi BMW, MINI, Rolls-Royce e BMW Motorrad, il BMW Group è il costruttore leader mondiale di auto e moto premium e offre anche servizi finanziari e di mobilità premium. Il BMW Group gestisce 31 stabilimenti di produzione e assemblaggio in 15 Paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 Paesi.

Nel 2020, il BMW Group ha venduto oltre 2,3 milioni di automobili e oltre 169.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2019 è stato di 7,118 miliardi di Euro con ricavi per 104,210 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2019, il BMW Group contava un organico di 126.016 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione di lungo periodo e su un'azione responsabile. Per questo l'azienda ha stabilito come parte integrante della propria strategia la sostenibilità ecologica e sociale in tutta la catena di valore, la responsabilità globale del prodotto e un chiaro impegno a preservare le risorse.

BMW Group Italia è presente nel nostro Paese da oltre 50 anni e vanta oggi 4 società che danno lavoro a oltre 1.100 collaboratori. La filiale italiana è uno dei sei mercati principali a livello mondiale per la vendita di auto e moto del BMW Group.

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group/>