

Diciolla (Cartono): “Per vendere online servono tre elementi: tecnologia, semplicità e competenza”

di Alessandro Palumbo

Con oltre 30 anni di esperienza nel settore automotive, Silvio Diciolla è un pioniere nella digitalizzazione della vendita online e della logistica automotive. Dopo aver iniziato il suo percorso nel 1995 all'interno di un importante gruppo automobilistico, ha guidato progetti innovativi nel remarketing e nella vendita online. Fondatore di Escargo e oggi Presidente di Cartono, è alla guida di un progetto che trasforma i Dealer in protagonisti del mercato digitale, grazie a soluzioni tecnologiche scalabili, integrate e all'avanguardia.

Quale è lo stato dell'arte delle vendite online di usato in Italia?

“Il mercato italiano dell'usato online è ancora in ritardo. La digitalizzazione del processo di vendita è frammentaria: solo una parte ridotta dei Dealer è realmente attrezzata per offrire un'esperienza d'acquisto online fluida, integrata e personalizzata. Eppure, la domanda da parte degli utenti continua a crescere in modo costante. Il tempo per aspettare è finito. Chi decide oggi di adottare modelli digitali efficienti e tecnologie pronte all'uso, come quelle offerte da Cartono, può conquistare un vantaggio competitivo concreto e duraturo. Il 2025 si sta già dimostrando un anno di svolta, spinto dall'evoluzione dell'intelligenza artificiale, dalla centralità dell'esperienza digitale e da una mobilità sempre più orientata alla sostenibilità”.

Quali sono gli step che un cliente compie nell'acquisto di una vettura usata online?

“Il percorso d'acquisto inizia quasi sempre online: che si tratti di un motore di ricerca, di una piattaforma dedicata o del sito ufficiale del Dealer, il cliente filtra, confronta ed esplora. Analizza immagini, legge descrizioni, valuta opinioni e salva tra i preferiti le opzioni più interessanti. Un dato significativo: secondo AutoTrader UK, un acquirente medio dedica oltre 15 ore alla ricerca online prima di contattare un venditore. Un motivo in più per rendere ogni tou-

PERCORSO DI ACQUISTO

Un dato significativo: secondo AutoTrader UK, un acquirente medio dedica oltre 15 ore alla ricerca online prima di contattare un venditore

chpoint digitale chiaro, aggiornato e capace di trasmettere fiducia”.

Quali sono le strutture, i processi e le competenze che un Dealer deve possedere per implementare un servizio efficiente di vendita online?

“Il mercato si muove rapidamente. Per vendere online servono tre elementi: tecnologia, semplicità e competenza. I consumatori sono già pronti: vogliono esperienze fluide, sicure, intuitive. I Dealer devono offrire una customer journey senza attriti, supportata da una struttura agile. Con il supporto di Cartono e del team interno, è possibile avviare il canale digitale in pochi giorni, con una curva di apprendimento minima”.



Silvio Diciolla,
Presidente
di Cartono

Quale è la mission di Cartono e i prodotti che offre sul mercato?

Cartono è il partner strategico dei Dealer che vogliono vendere auto online in modo efficace e sostenibile. Li aiuta ad ampliare il proprio business oltre i confini fisici della concessionaria, offrendo tecnologia pronta all'uso e consulenza su tutta la customer journey digitale. Non è solo una piattaforma: è un acceleratore di risultati”.

Ci può fare alcuni esempi concreti di risultati ottenuti dai Dealer che hanno sottoscritto contratti con Cartono?

“I Dealer che hanno scelto Cartono han-

no ottenuto miglioramenti misurabili in tempi brevi:

- +55% di conversione da lead a vendita in 6 mesi
 - -15% sui tempi medi di giacenza stock dopo 4 mesi
 - +30% di tempo risparmiato per pratica, grazie a processi digitali integrati.
- Risultato? Più vendite, meno stock fermo, maggiore efficienza e controllo operativo”.

Quanto tempo ci vuole per implementare le soluzioni di Cartono?

“Booster è una tecnologia plug-and-play. In soli 2 giorni lavorativi il Dealer può iniziare a vendere online. È una piattaforma modulare, personalizzabile e scalabile, che integra processi di vendita, logistica e customer journey personalizzate. Gruppi come Autotorino e Audi Zentrum Alessandria l'hanno scelta per rendere l'esperienza di acquisto più efficiente e intuitiva”.

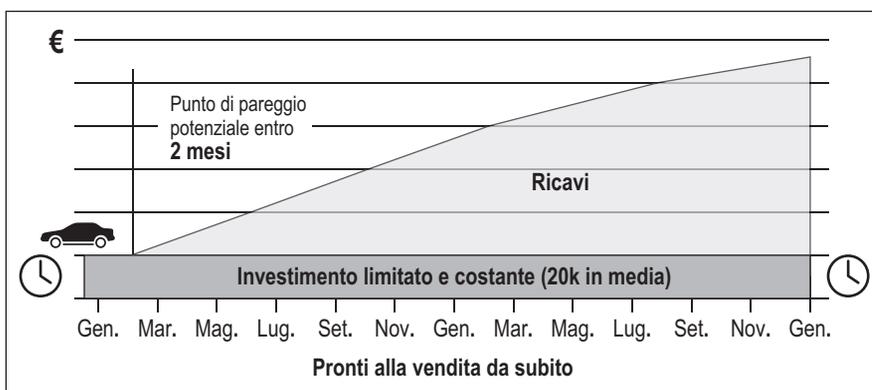
Quale è il livello di compatibilità dei prodotti di Cartono con i software che solitamente il Dealer usa per la promozione e per la gestione dell'usato?

“Booster non sostituisce i software del Dealer, li potenzia. Si integra perfettamente con Crm, Dms, strumenti finanziari e gestionali, rendendo ogni fase del processo di vendita connessa e fluida. È come avere un venditore digitale che lavora 24/7, garantendo coerenza e performance anche online”.

SVOLTA

Chi decide di adottare modelli digitali efficienti e tecnologie pronte all'uso può conquistare un vantaggio competitivo concreto e duraturo

Investimento su Cartono



Fonte: Osservatorio Cartono