

## IL TRIDENTE DI MIRAUTO



**Nelle squadre di calcio il tridente a volte funziona, a volte no, dipende dall'avversario.**

Nel caso della Mirauto, il tridente formato dai suoi tre soci, funziona da anni, grazie al loro impegno e alla loro professionalità: l'Amministratore delegato Alessandro Roscani, il Direttore post-vendita Mario Pompili e il Direttore commerciale Alfonso Coppola sono i tre "giocatori".



Mario Pompili

Mirauto, concessionaria Nissan, nasce a Roma nel 1995 con l'apertura delle prime

sedi in via Prenestina 400 e in via Appia nuova 606.

Oggi, oltre a questi punti vendita, ne comprende altri due rispettivamente a via di Tor Cervara 36 e a via di Torre Spaccata 111, più due automercati dell'usato e due centri per ricambi e carrozzeria.

Mirauto è una realtà consolidata nel territorio sud-est della città e, per comprendere la sua peculiarità, abbiamo incontrato i protagonisti della squadra vincente.

**Qual è il vostro valore aggiunto rispetto agli altri concessionari?**

Lavoriamo nel settore automobilistico da oltre 30 anni e tutta l'esperienza acquisita l'abbiamo messa al servizio della Mirauto.

Le nostre parole d'ordine sono affidabilità, trasparenza, serietà e



professionalità e i nostri clienti lo sanno.

Vengono da tutta Roma e si riconfermano di anno in anno con il passaparola.

Inoltre abbiamo un patrimonio importante che è il nostro organico, composto da oltre 40 persone, distribuito in tutte le sedi, di cui una buona parte lavora con noi da più di 20 anni.

Una singolarità per il settore automobilistico dove il turnover del personale è frequente: sentiamo molto la responsabilità delle famiglie dei dipendenti che per noi sono una priorità.

Inoltre teniamo molto alla soddisfazione e alla fidelizzazione dei clienti per onorare gli impegni presi con loro, ringraziandoli di aver creduto in noi.



Sandro Roscani

Una sensibilità particolare della Mirauto, che ci dà del valore aggiunto, è di prendere parte e sostenere eventi

sportivi e culturali sul territorio dove siamo presenti, a sottolineare la nostra partecipazione alla vita sociale" ha risposto Mario Pompili.

**Come è cambiato il mercato delle auto negli anni? Come è oggi?**

Anche se le macchine si comprano sempre meno, continuano a venderci maggiormente le piccole e le benzine, mentre la fascia alta non ha subito decrementi. La macchina è diventata un bene indispensabile e la gente è disposta a fare sacrifici per comprarla perché, oltre ad essere uno status, è un mezzo che permette libertà di movimento.

Inoltre il mercato è cambiato, perché i clienti oggi sono molto più preparati ed esigenti, prima pensavano solo ad acquistare la macchina, conoscendo poco di

quello che c'era dietro i finanziamenti. Oggi invece i clienti sono molto più informati, sono a conoscenza di tutto, sono esigenti, fanno più domande, fanno confronti e vendere automobili è diventato più difficile.

Il segreto per continuare a lavorare in questo settore è formare una giusta squadra di venditori che siano in grado,

oltre che di dare tutte le informazioni che i clienti richiedono, anche di soddisfare e capire quali sono le esigenze e capire se hanno girato e sono stati da altre parti" ha detto Alessandro Roscani.

**Come mai avete scelto il marchio Nissan?**

Perché negli anni in cui abbiamo creato Mirauto, il marchio Nissan era pioniere nel mercato nazionale e nello sceglierlo, all'epoca, abbiamo avuto fiuto e istinto. Oggi a livello mondiale Nissan è molto importante, mentre a livello nazionale è un marchio generalista che sta raggiungendo un target medio-alto e questo processo è iniziato da qualche anno a questa parte.

Il nostro orgoglio è che abbiamo la consapevolezza che siamo riusciti a consolidare il lavoro che abbiamo profuso in questi anni e siamo riconosciuti dalla casa madre come l'azienda di riferimento a Roma del marchio Nissan" ha concluso Alfonso Coppola.

Lorenza Fruci



Alfonso Coppola

