

NEWS

Showroom piacevole e paziente

Come il digital signage in concessionaria trasforma una sala vendite in un luogo dove si sceglie davvero

20 maggio 2026, Tobias Engl



Ventinove anni, 312.594 chilometri, un volante in cui la plastica si è gonfiata là dove il signor Voss appoggiava la mano. Non compra un'auto dal 1997 e non ha idea di come funzioni oggi, ma non lo dice a nessuno. Una volta lo avrebbe accolto un cordiale «posso aiutarla?», in un tono che può significare molte cose. Oggi invece all'ingresso pende uno schermo che non lo aggredisce. Un saluto tranquillo, gli slot di prova di oggi, l'indicazione che il caffè, in fondo a sinistra, è gratis. Nessun pop-up, nessun concorso a premi - solo la cortese informazione che questo spazio aspetta lui, non il contrario. Il signor Voss va prima a sinistra. Prima il caffè, lasciar agire l'atmosfera: è sempre stata la sua strategia.

Tra i modelli stanno piccole steli. Il signor Voss si ferma davanti a una berlina, circa della taglia del suo vecchio Golf, solo trenta centimetri più lunga. Il display mostra nome del modello, consumo, data di consegna, prezzo e rata; se continua a toccare, compaiono colori, cerchi, foto degli interni e il volume del bagagliaio con un piccolo paragone («ci stanno

quattro casse d'acqua minerale più una valigia»). È esattamente l'informazione che da due settimane cercava di estrarre da tre configuratori online, e qui semplicemente c'è. Molto premuroso, trova. Alla parete gira intanto un loop video tranquillo; un'alba con l'auto della sua rosa ristretta su una strada di campagna, nessun voice-over, nessuna musica da spavento. Pubblicità, certo, ma a un volume che gli lascia tutto il tempo che vuole.

Nella zona d'attesa siede una famiglia. Poiché è sabato e ci sono bambini, lì gira un loop più giocoso: una piccola storia del marchio («Sapevate che questo motorino d'avviamento una volta impiegava 30 secondi?»), poi la gamma attuale. Nulla fa la predica, tutto desta interesse e tiene la famiglia dodici minuti al tavolo, mentre papà parla con un venditore due stanze più in là. All'angolo service gira un discreto ticker di stato: «Officina oggi al 73 % di carico. Prossimo appuntamento libero: mercoledì ore 11:00», accanto con discrezione i veicoli pronti al ritiro, solo con sigla della targa e nome. Nessuno viene chiamato per altoparlante, il contrario di una sala d'attesa. Molto piacevole, pensa il signor Voss.

Dopo 22 minuti e tre modelli ispezionati compare il venditore. Non prima. Non chiede se può aiutare, ma: «Quale fa per lei?». E il signor Voss, che da due settimane non riusciva più a spiegare bene cosa cerca, comincia a parlare. È il momento che non compare in nessun report di vendita e che è tuttavia il vero guadagno. Ha avuto tempo, ha avuto informazioni, non è stato osservato ma accolto, e in quei 22 minuti ha imparato su tre modelli più di quanto un primo colloquio potrebbe mai trasmettere.

Esattamente questa è l'arte discreta del digital signage in concessionaria. Non si tratta del videowall più grande o della scenografia luminosa più spettacolare, ma di contenuti al momento giusto nel posto giusto: informazioni sul modello accanto al modello, stato del service nell'angolo service, storia del marchio dove c'è attesa, contenuti per bambini nel fine settimana, loop tranquilli nei giorni feriali. Sullo sfondo, silenzioso come una concessionaria ben ordinata, un software che lo rende possibile. Curare i contenuti centralmente, rifornire le filiali in sincronia, caricare le giacenze in diretta, cambiare le promozioni giorno per giorno, senza che qualcuno sostituisca manifesti il sabato mattina.

ScreenWay progetta soluzioni di digital signage per showroom, reti di filiali e spazi di marca che non devono alzare la voce per funzionare. Concessionarie, filiali dei costruttori, brand della mobilità, sempre con l'obiettivo che il cliente se ne vada con una buona sensazione. Il signor Voss, tra l'altro, tra due sabati farà un giro di prova con la berlina che ha guardato per prima. Racconterà al figlio al telefono che la concessionaria è stata «molto piacevole». Non ha più parole di così. Ma chi è rimasto una volta a un semaforo rosso con una Golf terza serie spenta sa che «piacevole» è un complimento enorme. E questo, con tutta sobrietà, è il più bell'indicatore che ScreenWay possa fornire.