

Motori

informazione pubblicitaria



L'auto post emergenza Coronavirus, ecco lo scenario



“Cambiano le abitudini dei clienti: prediligono l'auto personale e le videochiamate con i venditori”

ABBONATI A



21 aprile 2020

"Identificare le nuove modalità di acquisto delle vetture, le aspettative nel post-vendita, capire se c'è spazio per un nuovo processo di acquisto digitale e identificare il processo di vendita online": così ad Areté, azienda di consulenza strategica fondata da Massimo Ghenzer, presentano la nuova ricerca sulle abitudini degli italiani in fatto di auto. E si scopre che queste abitudini sono cambiate in pochissimo tempo.

"Infatti - spiega la ricerca - chi cerca un'auto nuova vorrebbe strumenti audio video per la trattativa, soprattutto WhatsApp e Skype da utilizzare da casa, magari anche il sabato e la domenica. L'82% dei clienti vorrebbe condividere lo schermo per configurare l'auto insieme al venditore e 7 su 10 vorrebbero ricevere video delle prove su strada e le schede tecniche. Non solo, sempre 7 potenziali clienti su 10 sarebbero disposti ad acquistare e perfezionare l'acquisto dell'auto online".

E' la rivincita del mondo digitale: "Cambia radicalmente l'approccio alla vendita e l'utilizzo dell'auto- spiega Massimo Ghenzer, Presidente di Areté - sempre più persone si sposteranno con la propria auto e saranno disposti a perfezionare l'acquisto in videoconferenza con il venditore".