la Repubblica
AFFARI&FINANZA
Dir. Resp.:Maurizio Molinari
Tiratura: 400.000 Diffusione: n.d. Lettori: n.d.

Rassegna del: 11/05/20
Edizione del:11/05/20
Estratto da pag.:40
Foglio:1/1

Salone digitale tra i preferiti per comprare

Capire 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: questo lo spirito della nuova ricerca di Areté, azienda leader nella consulenza strategica fondata da Massimo Ghenzer, che ha intervistato più di 500 automobilisti italiani (70% uomo, 30% donna, con un'età compresa tra 26 e 65 anni)

I risultati sono clamorosi perché alla luce dei recenti stravolgimenti legati alla pandemia da Covid-19, le abitudini degli italiani in fatto di auto sono cambiate in pochissimo tempo. Innanzitutto, se prima del virus era imperante la modalità sharing, da un paio di mesi non lo è più: quasi l'80% degli italiani prediligono l'auto personale per gli spostamenti. Ma non è l'unica "rivoluzione. Nel frattempo, sono cambiate anche le richieste: 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.

Nasce insomma il "salone digitale". E nel post-vendita? Diventano importantissimi la sanificazione certificata post-intervento e nella consegna dell'auto nuova. Ma anche la presenza di guanti e disinfettante mani in salone e officina e mantenere distanza di sicurezza di almeno 1 metro. «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».

Non è infatti solo una rivoluzione legata all'acquisto ma anche all'uso, perché secondo le ricerche di Areté, una volta usciti dalla fase uno del Coronavirus, come riportato sopra, più del 75% degli italiani utilizzerà la propria auto per gli spostamenti. Altre interessanti curiosità emergono dalla ricerca: ad esempio, il 40% degli italiani nel caso dovesse acquistare un'auto, punterebbero su alimentazioni ibrido benzina o diesel. Per quanto riguarda i marchi, il 50% sceglierebbe Toyota, Fiat, Audi e Bmw. – **v.d.c.**

Areté, azienda leader nella consulenza strategica, ha analizzato i desideri degli automobilisti dopo la quarantena