

Come cambia l'acquisto dell'auto nell'era digitale Istantanea del business concessionari ad Automotive Dealer Day, a Verona, dal 16 al 18 maggio 2017

Treviso, 11 aprile 2017. Come cambia l'acquisto dell'auto nell'era digitale? Quali sono gli strumenti maggiormente utilizzati dagli acquirenti e quali le strategie messe in campo dai concessionari?

Durante **Automotive Dealer Day XV, l'evento B2B leader in Europa del settore auto**, organizzato da Quintegia, **che si terrà a Verona**, al Centro Congressi Veronafiere, **dal 16 al 18 maggio 2017**, verranno fornite prospettive di personalità di riferimento del settore per contestualizzare e dare risposta a queste e altre domande.

Come, infatti, dimostrano recenti studi di settore effettuati da Google ([Gearshift 2016](#)), **il processo di scelta e di acquisto di un'auto nuova è un percorso "omni-channel"** che comprende l'utilizzo di una **vasta gamma di strumenti e canali di informazione** tra cui siti web, strumenti "mobile", test drive e visite ai concessionari.

Nel 2016, infatti, il **39% degli acquirenti di auto intervistati dice di aver consultato più fonti di informazioni** (omni-canalità) rispetto ai suoi precedenti acquisti di auto nuove. **Inoltre, l'81% degli acquirenti impiega fino a 3 mesi per scegliere l'auto che acquisterà e il 24% inizia il processo pensando ad un'auto ma alla fine ne compra una diversa.** Sono molti i fattori che possono, dunque, contribuire a far cambiare idea all'acquirente, tra cui troviamo la valutazione del prodotto attraverso la visualizzazione di **video online**, di cui fa uso il 78% degli utenti. I video più visualizzati (55%) sono quelli "professionali" prodotti dalle stesse case auto, rispetto a quelli fatti produrre da terzi o a quelli amatoriali.

Tra gli strumenti offline più apprezzati, invece, si posizionano in vetta alla classifica le **visite al concessionario** e il **contatto con un addetto alle vendite**. Questi fattori rimangono, quindi, fondamentali per la scelta da parte dell'utente del concessionario dove procedere con l'acquisto: **il 58% degli intervistati sostiene di aver acquistato l'auto presso un concessionario che prima non conosceva** e che sono, di media, **2,8 le visite che ha effettuato presso un concessionario prima di acquistare la propria auto**, facendo mediamente **1 test drive**.

Questo significa, dunque, che il concessionario ha bisogno di **personale altamente qualificato e preparato ad interagire con un cliente sempre più informato**, per sfruttare al meglio i contatti diretti che ha a disposizione **per instaurare un rapporto di fiducia e indirizzare la scelta finale di acquisto**.

Uno dei focus dell'evento, giunto alla sua quindicesima edizione, sarà, quindi, incentrato sulle **nuove tecnologie e il loro impatto nel mercato auto e nel business dei concessionari**, con numerosi workshop e masterclass.

Tra i relatori più attesi: **Charles Mills, Vice Presidente, Global Retail, dij.D. Power**, azienda americana di fama mondiale che conduce studi e ricerche in ambito automotive; **Mark N. Scarpelli, Chairman di NADA**, l'Associazione Nazionale Americana dei Concessionari auto che rappresenta circa 16.000 concessionari auto statunitensi, che durante la sua carriera ha ricevuto diversi riconoscimenti, tra cui il "General Motors Mark of Excellence Award", 2010 - 2015, (workshop di apertura **"Nuova forza al business: tecnologia, processi, persone"**, di martedì 16 maggio). Sarà la volta poi dell'attesissimo **Trevor Finn, CEO di Pendragon**, il più grande Gruppo britannico di concessionari, che nel 2016 è stato nominato dal magazine Motor Trader, nella classifica dei **"Top 60 Movers & Shaker"**, come il **"personaggio più influente dell'industria automobilistica nel Regno Unito"** (workshop di mercoledì 17 maggio **"Al digitale serve il fisico: strategie omni-channel"**).

A completare l'area tematica sulle nuove tecnologie, due importanti premi: il **Premio per l'Innovazione Gestionale 2017**, che mira a individuare il dealer che ha saputo distinguersi nell'innovare la gestione della propria azienda e il prestigioso **Internet Sales Award**, che premia la capacità di gestione online del proprio business.

I numeri di Automotive Dealer Day XV

- Oltre 4.000 partecipanti;
- 12.000 mq di Area Business;

- 27 sessioni tra workshop e masterclass;
- Oltre 70 speaker;
- Oltre 100 aziende presenti;
- Oltre 10 Paesi rappresentati;