L'acquisto dell'auto inizia dal web. Quando ci si accinge a cambiare la propria fidata quattro ruote, gli italiani vestono i panni dell'internauta. Il 65,4%, infatti, si informa sulla Rete, mentre soltanto il 34,6% si affida, come primo passo, alla tradizionale visita in concessionaria. Il dato emerge da un sondaggio fatto per il secondo anno consecutivo sul sito di motori leader in Italia e in Europa per la vendita di veicoli, www.autoscout24.it

La ricerca, che sarà presentata all'Automotive Dealer Day di Verona, l'evento di riferimento per i concessionari auto, moto e veicoli commerciali che apre oggi i battenti, e condotta su un campione di oltre 8 mila persone (in Italia), evidenzia come su Internet a farla da padrone siano sempre i siti specializzati in annunci, scelti da quasi un internauta su due. Solo il 18% di chi naviga sulla Rete cerca informazioni su siti di concessionarie ufficiali.

Particolarmente apprezzata la possibilità di accedere in pochi clic a tutte le informazioni (optional, garanzia, vicinanza del veicolo, etc.) che è necessario prendere in considerazione quando ci si accinge a un acquisto tanto importante.

Nell'ambito dell'Automotive Dealer Day, mercoledì 22, si terrà la cerimonia di premiazione della quinta edizione di Internet Sales Award, il concorso promosso da AutoScout24, in collaborazione con Quintegia (la società che promuove attività di ricerca, networking e formazione con particolare riferimento alla distribuzione automobilistica sia in Italia che all'estero). Internet Sales Award, premia ogni anno il Best Digital Dealer, concessionario o salonista che si sia particolarmente distinto nell'ideazione, sviluppo e aggiornamento del proprio sito internet aziendale e nell'utilizzo del web nella vendita e nella comunicazione.

© riproduzione riservata
pubblicato il 21 / 04 / 2015