

automobile.it, sito di annunci di auto usate, nuove, Km 0 e a noleggio di proprietà del gruppo eBay, arriva a Bologna **mercoledì 20 febbraio** con il Digital Dealer Tour, il progetto formativo itinerante gratuito che si rivolge ai concessionari auto italiani.

L'incontro di Bologna costituirà la nona tappa di un'iniziativa che nel corso del 2018 ha toccato anche Venezia, Milano, Firenze, Bari, Torino, Verona e Roma. L'evento nasce con l'obiettivo di **supportare i dealer automotive nella Digital Transformation**, quel processo inevitabile di cambiamento che tocca gli ambiti tecnologici, culturali, organizzativi, sociali, creativi e manageriali dell'azienda.

Intelligenza Artificiale, Big Data, Machine Learning: sono tutti aspetti una volta considerati futuristici che stanno entrando a far parte della quotidianità delle persone. Il digitale trasforma la vita di ogni giorno e la società, in alcuni ambiti molto velocemente, in altri più lentamente, ma ovunque i cambiamenti sono inevitabili. È sulla base di questo scenario che [automobile.it](http://automobile.it) ha ideato **un percorso di condivisione a tappe**, lungo tutta la penisola italiana, per incontrare i dealer sul territorio e offrire loro spunti, soluzioni e idee con il supporto di alcune delle più innovative aziende digitali specializzate in soluzioni dedicate ai concessionari.

*"L'automotive è uno dei settori tra i più attenti all'introduzione delle nuove tecnologie che non si fermano al contesto della produzione. Tutta la filiera è interessata da una vera e propria rivoluzione e per rimanere competitivi le concessionarie non possono non adeguarsi e trasformarsi in dealer 4.0."* spiega **Davide Archetti**, Head of Motors di eBay Classifieds Group.

Le abitudini di acquisto stanno cambiando. I consumatori, come evidenziato dallo studio presentato in occasione di *Auto Summit 2018*, condotto da GfK, prima di procedere alla compravendita eseguono numerose ricerche per un processo che può durare fino a 26 settimane, dove l'acquisto presso il concessionario scelto, rappresenta solo la conclusione di un customer journey che si costituisce di più fasi e che per il 97% delle persone inizia e si evolve per la maggior parte online. Per i dealer non comprendere e anticipare queste dinamiche e non avere un'efficace presenza online equivale a non esserci.

Non basta più infatti un semplice sito internet vetrina per raggiungere i propri clienti. Dal primo approccio all'assistenza post vendita è fondamentale strutturare un percorso d'acquisto che attraverso le nuove tecnologie - come l'analisi dei dati in tempo reale o i chat bot - permetta ai concessionari di rispondere alle mutate esigenze dei clienti.

Il Digital Dealer Tour vuole essere proprio **un momento di riflessione e di ricerca delle**

**soluzioni che permettono di portare il digitale in concessionaria**, di ottimizzare i processi e di migliorare le performance di business.