



5 COSE CHE DEVI FARE PER AVERE SUCCESSO ONLINE

La guida per i Dealers nel mondo online

Fonte: eBay Motors

Disclaimer eBay_ Dichiarazione di non responsabilità sui contenuti di terze parti

eBay Inc. rende disponibili informazioni di terze parti, inclusi collegamenti ad articoli, notizie, siti Web, strumenti di calcolo, informazioni aziendali e ogni altro dato ("Contenuti di Terze Parti").

La disposizione di Contenuti di terze parti sono solo a scopo informativo generale e non costituiscono una raccomandazione o approvazione dei Contenuti di Terze Parti se non diversamente specificato.

eBay Inc., non garantisce l'accuratezza, la completezza e l'attualità dei Contenuti di Terze Parti.

NON VI È ALCUNA GARANZIA DI COMMERCIALIZZABILITÀ, NESSUNA GARANZIA DI IDONEITÀ PER UN PARTICOLARE UTILIZZO E

NESSUNA GARANZIA DI NON VIOLAZIONE. NON ESISTE ALCUNA GARANZIA DI ALCUN TIPO, ESPRESSA O IMPLICITA,

RIGUARDO A CONTENUTI DI TERZE PARTI.

Il Contenuto di terze parti è di proprietà del rispettivo fornitore o di chi ne ha la licenza ed è protetto dal diritto d'autore come indicato di seguito.

L'utente si impegna a non riprodurre, ritrasmettere, diffondere, vendere, distribuire, pubblicare, trasmettere, far circolare o sfruttare commercialmente i Contenuti di Terze Parti in qualsiasi modo senza che espresso consenso scritto del fornitore di contenuti di terze parti.

I CLIENTI DELLE AUTO SONO CAMBIATI

Il modo di acquisto dei consumatori è in continuo mutamento, ma la pandemia da Covid-19 ha cambiato il processo d'acquisto per sempre.

Il trend denota una lenta migrazione degli acquirenti dallo shopping online al completamento della transazione totalmente online.

I consumatori oggi sono molto più propensi a svolgere tutti gli aspetti della transazione online.

Adattarsi a questi cambiamenti è un fattore fondamentale di successo per i concessionari.



ABBRACCIA LE OPZIONI VIRTUALI

Ricorda, un approccio di business che si adatta al cambiamento ha più possibilità di avere successo in futuro. Ma quali sono gli strumenti che servono per ottimizzare i margini operativi aziendali e soddisfare i bisogni dei clienti?

Fare un elenco degli strumenti e le tecnologie a disposizione e quelli che potrebbero tornare utili alla tua attività:

- **SOLUZIONI DIGITALI**

Ci sono moltissime soluzioni digitali per ottimizzare la propria attività. Alcune di queste soluzioni online includono la pianificazione degli appuntamenti, la gestione dei documenti e la possibilità di firmare in modo digitale. Se non stai già utilizzando questi strumenti, è il tempo di prenderle in considerazione.

Inoltre, inventory e piattaforme come eBay Motors sono in grado di rintracciare nuovi acquirenti che vogliono acquistare online molto più rispetto a prima. Gli acquirenti virtuali stanno raggiungendo numeri da record, e questa tendenza non sembra volersi fermare.



- **TEST DRIVE VIRTUALE**

Offrire la possibilità di fare dei test drive virtuali è un modo semplice per far vivere l'esperienza del veicolo ai propri acquirenti senza essere fisicamente in concessionaria, ciò aiuta a sperimentare il veicolo.

- **CONSEGNA DEL VEICOLO SENZA CONTATTO**

I clienti si sono abituati a nuovi modi di fare business, e questo include la consegna del veicolo senza contatto "contactless". Oggi più che prima, gli acquirenti sono più favorevoli a questo metodo di acquisto rispetto a prima.

- **CONTENUTI VIDEO**

Hai sempre voluto iniziare la tua serie di video informativi? O magari ti piacerebbe avere un video excursus del tuo parco auto? Questo è il momento giusto per farlo! Non è necessario avere grandi attrezzature, basta soltanto il tuo smartphone e un treppiedi per fare un salto di qualità.

Puoi inserire informazioni sulle consegne, consigli di shopping o far vedere un'auto virtualmente. Oggi è molto più ingaggiante e incentiva maggiormente il processo d'acquisto futuro.

- **SOCIAL MEDIA**

I consumatori oggi passano molto più tempo all'interno dei social media. Tra i vantaggi da queste piattaforme e interagisci con loro all'interno delle piattaforme social. Potrai dare informazioni aggiornate sulla tua concessionaria o consigli su come acquistare virtualmente un veicolo. Più coinvolgimento significa maggiore probabilità che vorrà acquistare da te in futuro.



COMUNICA CON I TUOI CLIENTI REGOLARMENTE

Organizza i tuoi clienti in gruppi per criteri comuni. Di seguito una serie di esempi di gruppi di clienti, che si possono creare:

1. Tutti i clienti
2. Clienti con un appuntamento per acquistare
3. Clienti che usano il servizio di appuntamenti
4. Clienti che hanno esigenze specifiche ad alto rischio

STRUMENTI UTILI PER COMUNICARE CON I TUOI CLIENTI:

- **Scrivere:** Un metodo molto efficace per comunicare con i propri clienti è scrivere, vi raccomandiamo di avere almeno due piattaforme da cui scrivere ai propri clienti.
- **Email:** Ci sono diverse piattaforme da cui mandare comunicazioni via mail (DEM) facili e veloci, anche se non si hanno competenze tecniche specifiche.

- **INVIARE NEWSLETTER REGOLARMENTE:**

Le newsletter non sono mai state importanti come oggi.

Le newsletter sono un buon modo per incontrare ed informare i clienti. Assicurati che le tue newsletter siano realmente informative, e condividi queste informazioni anche sui tuoi canali social.

I consumatori sono sempre alla ricerca di informazioni sui cambiamenti del mercato, condividi queste informazioni con loro.

La chiave per avere successo è informare costantemente, sulle conoscenze ed esperienze, i tuoi consumatori. Questo ti aiuterà a consolidare il rapporto con loro e incrementare la fiducia che hanno nei tuoi confronti.

Ricorda di cancellare e prevedere le automazioni di newsletter erranee, è importante inviare informazioni in accordo con le situazioni attuali e le tempistiche di ciò che succede nel mercato.

LE CRITICITÀ DEL MERCHANDISING

Dai più visibilità possibile al tuo parco veicoli - di seguito troverai alcuni aspetti che permettono di dare più visibilità possibile alla tua attività:



- **FOTOGRAFIA**

Il 75% degli acquirenti online preferiscono effettuare una transazione dopo aver visto + di 40 foto. Usa foto ad ampio spettro visivo, visualizzazioni da più angolazioni e viste sui dettagli con descrizioni per dare più informazioni possibili su ogni aspetto del veicolo.

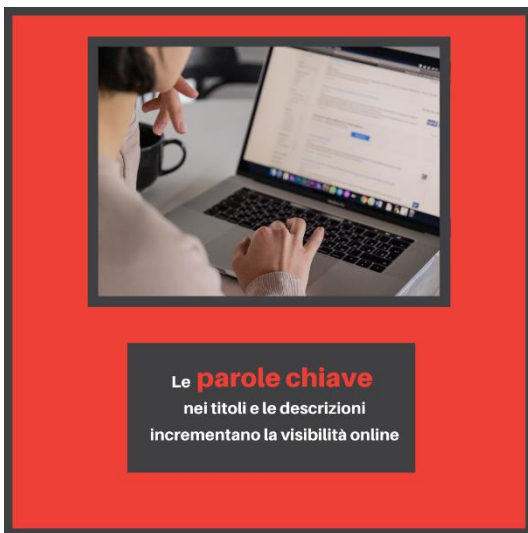
- **I VIDEO AUMENTANO IL COINVOLGIMENTO**

Gli acquirenti sono **9 volte più invogliati** alla transazione dopo aver visualizzato un video del veicolo.

Allo stesso modo, dopo aver visto il video i consumatori si sentono **9 volte più informati** sul veicolo e le informazioni acquisite rimangono più a lungo nella mente del consumatore.

La lunghezza ideale dei video deve essere compresa tra i 2 e i 3 minuti, contenere informazioni esatte riguardanti le condizioni del veicolo e con un tono di facile comprensione.

I video dovranno contenere le informazioni di base sul veicolo, le condizioni, e le altre informazioni utili come i consumi di carburante, etc....



- **DESCRIZIONI DETTAGLIATE**

Le descrizioni dei veicoli devono essere di qualità e dettagliate. Pensa a ciò che vuoi che si sappia e cosa vogliono sapere gli acquirenti.

Inserire parole chiave nei titoli e nelle descrizioni è importante, come il modello, la manifattura, ma anche informazioni tecniche come 4WD [quattro per quattro] o AWD [trazione integrale], l'anno di produzione, il colore del veicolo.... Accessori come l'Apple CarPlay o ampi spazi per bambini, sono informazioni che aiutano gli acquirenti a capire meglio le condizioni di acquisto.



by

