



**Internet e nuove tecnologie al centro di Automotive Dealer Day 2015:  
come rivoluzionano il mercato auto e creano nuove opportunità**

*A Verona dal 21 al 23 aprile è tempo di business digitale!*

2 aprile 2015

Treviso – Internet e le tecnologie digitali hanno rivoluzionato il mercato dell'auto, diffondendo anche tra le aziende modalità di dialogo con i clienti impensabili fino a pochissimi anni fa. Basti pensare all'utilizzo dei social media, diventati ormai parte integrante della relazione con il cliente. Eppure, molti concessionari continuano a temere che il web sia il vero nemico del loro business e non un'opportunità per farlo crescere in tempi difficili. Ma quali sono concretamente gli elementi che attraggono i clienti nell'epoca digitale e quali quelli che determinano la loro fuga?

Recenti studi di settore mostrano che Internet e l'accessibilità di informazioni online sono sempre più essenziali per gli acquirenti che si accingono a scegliere quale automobile comprare. Nel corso del 2014, infatti, il 72% degli acquirenti ha utilizzato un motore di ricerca per conoscere brand, modelli, caratteristiche e prezzi, attraverso tutti i device tecnologici a disposizione: computer, tablet e smartphone. Anche il primo approccio con il concessionario oggi avviene tramite il web: è stato così per il 65% dei clienti nel 2014, che hanno preferito e-mail, form online, social media e chat - piuttosto che la tradizionale telefonata - per ricevere informazioni da parte del concessionario, con una crescita di 9 punti percentuali rispetto alle richieste online dell'anno precedente. Di conseguenza, il numero medio di visite al concessionario, per acquirente, è diminuito nel corso dell'ultimo anno da 4.1 a 3.7: quattro clienti su cinque si sono recati in concessionario solo dopo aver fatto ricerche online, quando ormai erano già vicini a prendere una decisione e avevano quindi semplicemente bisogno delle conferme necessarie per supportare la loro scelta. Questo significa che il canale digitale è ormai la fonte principale di informazione che gli acquirenti utilizzano in fase di ricerca e di scelta della propria auto e per questo la sua importanza diventa strategica e imprescindibile, soprattutto per interfacciarsi con le fasce giovani della popolazione. È necessario quindi un cambio di mentalità, che porti a considerare l'innovazione tecnologica come un potente alleato strategico del proprio business e non un ostacolo. Per questo imparare come sfruttare al meglio gli strumenti digitali oggi a propria disposizione, diventa sempre più importante per affiancare un uso consapevole dei potenti strumenti digitali oggi sul mercato a quelli analogici, più tradizionali.

L'innovazione digitale sarà uno dei temi portanti di Automotive Dealer Day 2015, il principale evento europeo B2B per gli operatori del settore auto che si terrà al Centro Congressi Veronafiere dal 21 al 23 aprile 2015. L'evento, che integra Workshop, Masterclass ed incontri con ospiti eccezionali e un'Area Business per il networking tra operatori, si rivolge a concessionari, manager di case auto e moto, fornitori di prodotti e servizi per i dealer, riparatori autorizzati e indipendenti, aziende del settore comunicazione, IT e tecnologie.

Dal 21 al 23 aprile, molti gli appuntamenti dedicati proprio all'innovazione e allo sviluppo del business nell'era di internet, tra cui: *"Digital marketing & e-commerce"*, che con le esperienze di Facebook e Amazon racconterà come questi colossi digitali interagiscono con la distribuzione automobilistica, spiegando che Facebook è il social network maggiormente usato per sviluppare il dialogo con i clienti, mentre Amazon presenta delle buone opportunità nell'ambito della vendita dei ricambi; *"È tempo di business digitale"* con Jared Hamilton (DrivingSales.com); *"Accelerare l'innovazione e umanizzare il business digitale"* con Charles Mills (J.D. Power and Associates) e

altre tematiche come il *Personal Branding*, per attrarre opportunità sviluppando la propria identità digitale e i passi necessari per digitalizzare le vendite e le relazioni di business.

Ci sarà inoltre la consegna di due premi: *l'Internet Sales Award*, iniziativa di AutoScout24 in collaborazione con Quintegia, diretto al dealer più tecnologico e il *Premio per l'Innovazione Gestionale 2015*, organizzato da Quintegia insieme ad InterAutoNews con il sostegno di Findomestic Banca e diretto al concessionario che ha saputo distinguersi nell'innovare la gestione della propria azienda oltre a *H-ACK AUTO*, l'hackathon automotive promosso da Quintegia in collaborazione con H-FARM. Come sempre, l'apertura alle migliori best practice internazionali sarà il valore aggiunto dell'evento, che mira a fornire ai partecipanti gli strumenti concreti per accelerare il processo di innovazione tecnologica e far crescere il volume d'affari!

### **I numeri di Automotive Dealer Day 2015**

- Oltre 4.000 partecipanti attesi;
- 12.000 mq di Area Business;
- 28 sessioni tra Workshop e Masterclass;
- Oltre 70 speaker;
- Oltre 70 aziende presenti;
- Oltre 10 Paesi rappresentati;

Scarica la [brochure Automotive Dealer Day](#)

**Contatti per la stampa:**

**Ufficio Stampa Automotive Dealer Day**

Carolina Vastola, Clickutility on Earth on behalf of Quintegia,

Tel. 3484737381, @:[ufficiostampa@dealerday.it](mailto:ufficiostampa@dealerday.it)

**Ulteriori informazioni su:** [www.dealerday.it](http://www.dealerday.it)

Seguici su:

