

L'auto nuova? Si cerca on line

Pubblicato: Giovedì 15 Marzo 2018



La ricerca dell'auto da acquistare nella maggior parte dei casi ha inizio on line. **Il 75 per cento degli italiani sceglie infatti internet per orientarsi nella scelta.** È quanto emerge dalla ricerca di AutoScout24, il portale di annunci auto e moto leader in Europa, condotta da Nielsen, per indagare l'evoluzione del ruolo del web e del consumatore digitale nella ricerca e nell'acquisto dell'auto. I dati si sono basati su un campione di 1.000 utenti (tra i 18 e 55 anni), che negli ultimi due anni hanno acquistato un'automobile o sono intenzionati a farlo nei prossimi due.

L'indagine presenta inoltre un lato **un comparto, quello delle auto, che ha visto archiviare il 2017 con il segno positivo (+7,9% di auto nuove e +4,7% di auto usate)** e che si stima valga l'11% del Pil del Paese; dall'altro un utente sempre più digitale, che passa oltre tre ore al giorno su internet, e che **pone quindi il web al centro del suo processo decisionale.** Sono passati oltre trent'anni da quando l'Italia si è collegata per la prima volta a Internet, trasformando radicalmente molti settori, come l'automotive. Il web è diventato, così, non solo un importante canale per l'acquisto di un'auto, ma anche uno strumento utile per la vendita. I portali di settore, come i siti specializzati di annunci auto, si sono affermati sempre più diventando fonti accreditate, e questi ultimi sono il punto di partenza da cui l'utente inizia la propria ricerca dell'auto. Inoltre, resta alta la soddisfazione di chi cerca informazioni on-line, con i siti web di compra-vendita di settore al primo posto per interazioni.

Emerge inoltre come il 64% degli intervistati che ha intenzione di acquistare un'auto nei prossimi due anni sia orientato sul nuovo e l'11% sull'usato, ma un quarto è ancora indeciso. In tutto questo, per il 75% Internet è un canale sempre più decisivo nell'indirizzare la scelta.

Chi cerca un'auto, da quale fonte inizia? La ricerca ha analizzato il processo di acquisto, che va dal momento in cui si decide di comprare un'auto, sino a quando si diventa proprietari. Quasi un terzo degli utenti (29%) inizia dai siti di annunci auto, mentre il 26% va dal concessionario e, in misura minore, si affida al passaparola (13%). Anche per l'acquisto di auto nuove, ai primi posti troviamo i siti di annunci auto, a pari merito (tutti con oltre un quinto delle preferenze), con le visite al concessionario e al sito web del produttore.

Non solo, quando si ricerca un'auto usata i portali specializzati di annunci auto sono in assoluto quelli più utilizzati per frequenza, con il 54% che afferma di impiegargli spesso o sempre. Ed è sempre l'on-line a prevalere, seppur leggermente, anche nella ricerca di quasi tutti gli aspetti legati all'auto, come la comparazione tra i modelli, le opinioni di altri acquirenti e le informazioni sui prezzi.

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it

