



RICAMBI AUTO

Il post vendita e la comunicazione digitale



Prova or
Ci trovi ancl
su [Google](#)



2.900 codic
Consegne
veloci



Il **sito web aziendale** resta la vetrina a cui si presta la maggiore attenzione anche se oltre il 30 per cento non lo possiede ancora. Intanto aumentano gli investimenti in strumenti e pubblicità digitale. Ma sono pochi gli operatori che hanno una strategia definita. Il presente e il futuro della **comunicazione web** espressa dal **service aftermarket automobilistico** corre su questo doppio binario. Lo spaccato emerge

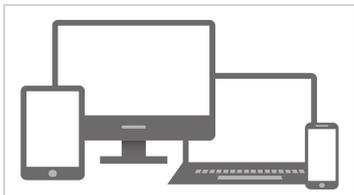


dalla seconda edizione della survey di **DealerK** sull'uso di internet nel mondo del service di settore (dai pneumatici al car service, dalle attrezzature per officina fino ai ricambi). Lo screening è realizzato con il supporto di **AsConAuto**, **Autopromotec**, **Consulta Service Manager** e **Cercaofficina.it**.

Risultati del sondaggio

Il 68 per cento dei service post-vendita ha un proprio sito internet, sviluppato internamente (31%), con il supporto di un'azienda specializzata nel settore automotive (17%) o con l'aiuto di un'agenzia locale (15%) o di parenti e amici (5%).

Per chi ce l'ha, c'è la versione responsive



Quindi in grado di adattarsi ai diversi **device mobili** come smartphone e tablet: rispetto alla prima edizione dell'indagine, questa percentuale è cresciuta di oltre 20 punti percentuali, arrivando al 64 per cento. Eppure, non si tratta di siti particolarmente evoluti considerando che il 55 per cento del campione non ha messo ancora a disposizione dei clienti una modalità di

prenotazione online degli appuntamenti.

La maggiore consapevolezza delle opportunità del web si riflette anche in un'aumentata volontà di tracciare il traffico del proprio sito internet

Se 2 anni fa questo veniva ignorato dal 55% del campione, adesso questa percentuale è scesa al 43%. In due anni, inoltre, è cresciuto di 12 punti percentuali il ricorso ad un sistema CRM per la gestione delle promozioni ai clienti.

L'importanza cruciale dei social



Se il sito resta la vetrina per eccellenza (è l'elemento più importante per il 33% del campione), è sui **social network** che si gioca una partita fondamentale per fare business, aumentare il parco clienti e monitorarne i livelli di soddisfazione: **Facebook** batte **Twitter** in maniera netta, anche perché il primo dei due network viene percepito come più funzionale. A

prescindere dal canale, va comunque evidenziato come risulti necessario implementare un'iniziale **strategia di intelligence** e poi di **content** al fine di creare il giusto **engagement** sui corner social scelti per la propria comunicazione. Così da creare un **link utile** con il proprio website.

Capitolo investimenti

Stando alle risposte date dagli intervistati, nell'ultimo biennio sono aumentati sia quelli in strumenti digitali (51%), sia quelli in pubblicità digitale (47%). Un segnale indicativo di una maggiore consapevolezza, anche se solo il 29 per cento degli operatori ha dichiarato di aver messo tra le sue priorità quella di strutturare una strategia digitale per la propria azienda. La maggioranza sta iniziando a porre attenzione a questo aspetto (36%) mentre è convinto di farlo a stretto giro il 21 per cento del totale. Solo il 14% (era il 25% due anni fa) non reputa questo aspetto come importante per il futuro della propria attività. I budget restano minimi, se non nulli: per il 37 per cento il budget mensile per il **marketing digitale** è pari a zero.

10 LUGLIO 2017

COMMENTA

0 commenti

Ordina per



Aggiungi un commento...

Plug-in Commenti di Facebook

POTREBBE INTERESSARTI

LAVORO ED ECONOMIA

**Il venditore d'auto?
Oggi è bravo se è social**

📅 4 NOVEMBRE 2016



RICAMBI AUTO

**L'autoricambio trionfa
anche se comunica
bene**

📅 15 GIUGNO 2016



ACCESSORI E TECNOLOGIA

**Aftermarket e social: 5
consigli per avere
successo**

📅 11 MAGGIO 2016



LAVORO ED ECONOMIA

**Occupazione, le aziende
cercano social media
specialist**

📅 16 LUGLIO 2015

[Sofinn Italia](#) | [Portale Inforicambi.it](#) | [Diventa Partner Inforicambi](#) | [Iscriviti alla newsletter](#) | [Condizioni di utilizzo](#) | [Privacy](#) | [Gerenza](#) | [MyInforicambi](#) | [Sitemap](#)

© Copyright 2017 SOFINN ITALIA S.r.l. P.IVA 07918800637 - Via Nazionale delle Puglie Km. 2,500 - 80021 Afragola (Na) - Tel. 081.5227111 Fax. 081.5223998
Testata giornalistica telematica registrata al Tribunale di Napoli con n. 7270/12 del 22/11/2012

Per offrirti il miglior servizio possibile Inforicambi utilizza cookies. Continuando la navigazione nel sito autorizzi l'uso dei [cookies](#) [Chiudi](#)