

# Gearshift 2018

Think with **Google**

[thinkwithgoogle.it](http://thinkwithgoogle.it)







1

## Dall'intenzione all'acquisto: la scoperta dell'auto e l'inizio della ricerca.



Ha dato ascolto a



Parenti



Amici



Ha iniziato la ricerca  
della nuova auto  
sul motore di ricerca



Search



2

## Entrare a far parte della shortlist degli acquirenti.



Tempo impiegato per la scelta  
di quale auto acquistare:



meno di  
2 settimane



meno di  
2 mesi

3.6



è il numero di brand  
mediamente considerati

70%



non è fedele al brand ed ha acquistato  
un'auto di un marchio diverso dal precedente

16%



ha iniziato la ricerca con un brand in mente  
ma ha comprato un'auto di un marchio diverso

31%



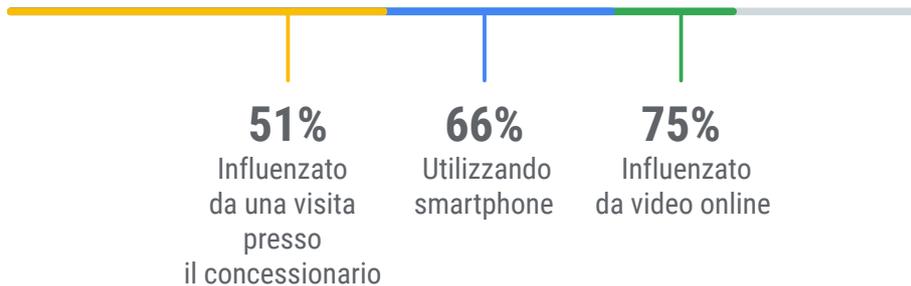
ha acquistato un'auto per la prima volta



3

## Insight sul percorso di acquisto.

Il 93% dei consumatori fa ricerche online:





4

## Il video nel percorso di acquisto.

L'85% degli acquirenti, in particolare chi lo fa per la prima volta, guarda video online per trovare informazioni.



**54%** ha guardato video prodotti dalle case automobilistiche



**45%** ha guardato video professionali prodotti da terze parti indipendenti



**17%** ha guardato video amatoriali prodotti da privati

In 9 casi su 10, i consumatori che hanno guardato un video online hanno svolto almeno una delle seguenti azioni.



**46%**

Ha visitato il sito del rivenditore



**34%**

Ha richiesto un preventivo



**29%**

Ha cercato il rivenditore più vicino

Il 77% ritiene che YouTube sia utile



Il 66% considera YouTube il sito principale per trovare video di auto



Il 71% apprezza quando i rivenditori pubblicano video



5

## Strumenti digitali per migliorare l'esperienza di acquisto.

Il 65% dei consumatori utilizza gli strumenti digitali per configurare l'auto nuova. Per il 52% dei consumatori, la mancanza di interazione fisica con il prodotto resta la prima barriera all'acquisto online



52%

BUY



Il digitale però può persino rimpiazzare i test drive:



360°  
degli intervistati  
afferma che i video  
360° potrebbero farlo



degli intervistati afferma  
che la realtà virtuale  
potrebbe farlo

## 6 Dal digitale al concessionario.

Mentre solo il 2% dei consumatori ha acquistato l'auto online, il 47% ha cercato online per trovare il rivenditore.



55% di chi ha acquistato una nuova auto ha cercato sul proprio smartphone mentre era dal concessionario



35% ha deciso dopo un solo test drive

1.0 test drive



la fine del percorso di acquisto arriva dopo

2.6 visite dal rivenditore

1.2 test drive

## 7 Il futuro delle vendite di auto.

Acquisterebbero online se fosse possibile:



2017



2018

Tra i motivi che incentiverebbero i consumatori ad acquistare online



Migliori prezzi o promozioni



Facilità di comparazione dei prezzi



Risparmio di tempo