

LAS 5 TRANSFORMACIONES DE LA IA EN LA EXPERIENCIA DE COMPRA DE UN VEHÍCULO

MotorK presenta un manual sobre cómo la inteligencia artificial ya está cambiando la forma en que los usuarios compran automóviles.

MADRID – 14 de febrero de 2024 - [MotorK](#), grupo líder en EMEA especializado en soluciones SaaS para el sector de la automoción, presenta un manual sobre cómo la inteligencia artificial está impactando en el sector de la distribución de automóviles, destacando las cinco macroáreas donde la IA está transformando la forma en que los usuarios compran automóviles.

1. La era de la hiperpersonalización

La inteligencia artificial está abriendo las puertas a la era de la hiperpersonalización. Al procesar una gran cantidad de datos recopilados, desde el color preferido de un automóvil nuevo hasta las preferencias de conducción del usuario, la IA permite a los concesionarios crear una experiencia a medida, donde cada recomendación se adapta perfectamente a las necesidades del usuario. El nivel de personalización alcanzable supera lo que estamos acostumbrados: va más allá de simplemente seleccionar un modelo de automóvil ya que se extiende a un paquete completo de soluciones que atienden a las necesidades y preferencias de cada persona.

2. IA Inmersiva: La revolución creativa llega incluso a las pruebas virtuales

Una de las tendencias más discutidas en todas las industrias está protagonizada por la inteligencia artificial generativa. Esta tecnología permite crear textos, imágenes, vídeos, audio, música e incluso líneas de código inéditos. En la industria de la moda, ya ha comenzado su revolución: hoy, el usuario se sumerge en una experiencia de cliente que mantiene las ventajas del mundo físico y las combina con la accesibilidad y facilidad de uso de la dimensión digital. Por ejemplo, los usuarios pueden simular que se prueban ropa en función de sus características físicas. No estamos lejos de esto también en la distribución de automóviles: muchos fabricantes han implantado salas de exposición virtuales, y hoy los concesionarios pueden ofrecer a los usuarios una exploración en 3D del vehículo a través de vídeos de 360 grados. No es descabellado pensar también en pruebas de conducción simuladas, tan convincentes como las de la vida real.

3. Chatbots y Asistentes Virtuales: Nuevas dinámicas para el comercio conversacional

Los chatbots y asistentes virtuales ya forman parte de nuestra vida diaria, y su apoyo es ahora una necesidad para las empresas que desean tener una presencia online efectiva. Los usuarios buscan inmediatez, soporte y capacidades de resolución de problemas en tiempo real, y la IA está redefiniendo las dinámicas del comercio conversacional. Estas aplicaciones basadas en IA pueden proporcionar información instantánea, detallada y actualizada a lo largo de todo el viaje del cliente, desde detalles técnicos de los modelos hasta las opciones de financiación disponibles, maximizando las posibilidades de conversión desde el contacto inicial hasta la transacción final.

4. Estrategias de precios avanzadas para una mayor transparencia

Los algoritmos basados en inteligencia artificial aplicados al análisis de mercado en tiempo real pueden generar estrategias de precios avanzadas, proporcionando a los usuarios finales precios transparentes y competitivos acordes con las tendencias de la industria. Mientras los concesionarios y fabricantes de automóviles pueden comprender las fluctuaciones de la demanda, las tendencias de compra y la disponibilidad de inventario de manera más profunda, la IA puede integrar factores adicionales como la estacionalidad, las ofertas de la competencia y las preferencias del consumidor para responder mejor a las condiciones del mercado.

Las principales ventajas para los consumidores finales son una mayor transparencia y un aumento en la confianza, ya que el enfoque dinámico dictado por la inteligencia artificial permite a los concesionarios establecer precios competitivos que reflejen las tendencias actuales del mercado, que no estén inflados por factores ocultos, y aún así garanticen la rentabilidad para los vendedores.

5. Cambio de paradigma en el mercado de posventa

El mercado de posventa es uno de los sectores más influenciados por la inteligencia artificial. A través del análisis continuo de datos de vehículos y clientes, la IA puede prever con precisión las necesidades de mantenimiento y ofrecer recomendaciones de servicio personalizadas basadas en el estilo de conducción y hábitos de los usuarios. Esto representa un verdadero cambio de paradigma. Por un lado, los proveedores pueden planificar campañas de marketing efectivas basadas en modelos predictivos para asegurar nuevas fuentes de ingresos mientras ofrecen servicios relevantes a los clientes. Por otro lado, la recopilación y análisis exhaustivos de datos podrían ayudar a definir nuevos estándares a medida para la seguridad.

SOBRE MOTORK

MotorK (AMS: MTRK) es un proveedor líder de software como servicio ("SaaS") para la industria minorista del automóvil en la región EMEA, con más de 500 empleados y once oficinas en ocho países (Italia, España, Francia, Alemania, Portugal, Reino Unido, Israel y Bélgica). MotorK permite a los fabricantes de automóviles y a los concesionarios mejorar la experiencia de sus clientes mediante un amplio conjunto de productos y servicios digitales totalmente integrados. MotorK ofrece a sus clientes una innovadora combinación de soluciones digitales, productos SaaS en la nube y el mayor departamento de I+D del sector de las ventas y el marketing digital del automóvil en Europa. MotorK es una empresa registrada en Inglaterra y Gales. Domicilio social: 124 City Road, Londres, EC1V 2NX - Registro de empresa: 9259000. Para más información: www.motork.io o www.investors.motork.io.

PARA MÁS INFORMACIÓN

TEAM LEWIS

Mauro Tomasini/Marta Subiranas
+93 522 86 14

motorkspain@teamlewis.com