

Strategia full digital e una proposta commerciale che risponde alla richiesta crescente dei consumatori di motorizzazioni alternative: identikit dei nuovi entranti dalla Cina

Case auto: arrivano dall'estremo oriente i nuovi player full digital e full electric

Dal suo osservatorio MotorK allerta i costruttori: è il momento di cambiare per intercettare i nuovi bisogni dei consumatori e anticipare il futuro

Milano, marzo 2021 – Nel corso dell'ultimo anno il mercato auto ha radicalmente cambiato volto. La svolta digitale per i player non è più un'opzione, ma un imperativo.

MotorK (<https://www.motork.io/it>), azienda leader in Europa nel digital automotive, che analizza giornalmente tutti i touchpoint coinvolti nel processo di acquisto dell'auto, rileva come nel mercato sia in corso una **profonda trasformazione** e il guanto della **sfida agli attori più consolidati** lo lanciano nuovi costruttori provenienti da geografie come **l'estremo oriente, con la Cina a fare da capofila**.

«Queste case automobilistiche hanno ormai chiara la necessità di ricorrere al digitale adesso che la pandemia ha spinto ulteriormente la digitalizzazione del processo di scelta e acquisto dell'auto – dichiara **Marco Marlia, CEO e co-founder di MotorK**. Penso che costruttori e concessionarie non staranno fermi a guardare, mi aspetto che nei prossimi ventiquattro mesi gli investimenti aumenteranno drasticamente e che il mercato si sposterà sui nuovi canali. In particolare, con MotorK riteniamo che massimizzare l'acquisizione di traffico e le performance di lead generation sia la chiave per rispondere alle nuove esigenze del mercato».

Ma in cosa si differenziano i nuovi produttori auto rispetto agli OEM con cui abbiamo imparato a relazionarci? A partire dalla proposta di prodotto, interamente elettrica, cambia la strategia commerciale, basata integralmente sui canali digitali. «Questo è un punto nodale perché - spiega **Marlia** - a cambiare, e a essere in qualche modo sfidato, non è solo il processo di vendita così come l'abbiamo sempre conosciuto, ma anche tutto quello che riguarda il momento dell'after-sales e il customer care». In questi ultimi mesi MotorK ha affiancato alcuni di questi nuovi giocatori sullo scacchiere dell'automotive supportandoli nella definizione di una **strategia di marketing e post vendita completamente digitale**. Per questo ha maturato una importante esperienza e sviluppato una visione che incontra anche le necessità dei player abituali. «Ricorrere al digitale rappresenta un vantaggio, non solo per migliorare la comunicazione con i potenziali clienti, ma per raccogliere e profilare correttamente i dati degli utenti al fine di avviare, gestire e concludere con successo l'intero ciclo di vendita. – prosegue **Marlia**. Il cambiamento a cui stiamo assistendo, rafforzato dall'ingresso di questi nuovi attori, deve essere uno stimolo a innovare la propria strategia portandola a trazione digitale».

Su MotorK

MotorK è l'azienda leader in Europa nel digital automotive: offre una combinazione unica di prodotti SaaS in-cloud, soluzioni digitali e servizi di marketing per case auto, concessionari e acquirenti. Nata in Italia nel 2010, l'azienda è riuscita ad allargare la propria attività dall'Italia alla Spagna, Francia, Germania e Regno Unito. MotorK è partner digitale di fiducia di case automobilistiche e concessionari e, oltre ad aver sviluppato DriveK – il principale car configurator sul mercato – è fornitore leader in Europa di soluzioni web per i dealer. L'azienda è stata riconosciuta da numerose organizzazioni come una delle società europee con il maggior tasso di crescita nel settore tecnologico ed è dotata del più grande dipartimento di Ricerca & Sviluppo in Europa nel settore digital automotive.

Ufficio Stampa MotorK

Francesca Prosperi

francesca.prosperi@motork.io; +39 335 8489800

Madia Reina

madia.reina@motork.io; +39 371 3771779