

LAVORARE NEL DIGITAL AUTOMOTIVE: ECCO 5 NUOVE PROFESSIONI DA TENERE D'OCCHIO

Opportunità di lavoro in tutta Italia, il 75% dei concessionari si è detto pronto ad assumere professionisti digitali

Milano, febbraio 2019 - Il digitale ha radicalmente cambiato il mondo in cui viviamo, creando per i consumatori nuove esigenze e nuovi bisogni, a cui le aziende sono tenute a rispondere. Questo cambio di paradigma ha coinvolto anche il settore automotive, che resta però contraddistinto da processi e dinamiche peculiari. La forte settorialità che contraddistingue questa industry richiede figure specializzate che, pur digital, abbiano competenze specifiche del settore.

Le opportunità lavorative non mancano, se pensiamo, ad esempio, che **il 75% dei concessionari italiani ha dichiarato di voler aumentare il numero di persone impiegate nell'area web e digital** all'interno della propria azienda¹.

MotorK, azienda leader in europa nel digital automotive, ha individuato 5 nuove professioni da tenere d'occhio se si vuole trovare un lavoro in questo settore:

1. **Il Customer Advisor.** Se è vero che l'importanza dell'acquisto dell'auto è seconda solo a quella della casa per il carico di stress emotivo che porta con sé, una tendenza che sta prendendo piede è quella di rivolgersi ad un consulente *super partes*, in grado di supportare il processo di scelta in maniera neutrale, ma non per questo meno competente. In Italia il portale DriveK (<https://www.drivek.it>) ha creato la figura dell'**Advisor**, che ha il ruolo di affiancare l'utente durante tutte le fasi da percorrere per comprare la macchina nuova, a partire dalla scelta del modello, fino ad arrivare agli aspetti finanziari del contratto e poi all'assistenza post vendita. Il Customer Advisor aiuta l'utente, via telefono, email e chat, a trovare l'auto perfetta che combini le esigenze pratiche al gusto estetico e, non meno importante, al portafogli.
2. **L'Automotive Digital Manager.** L'ADM è una nuova figura professionale che all'interno della concessionaria coordina tutti i processi digitali e le figure che se ne occupano: dal social media manager al CRM manager, fino al campaign manager. È un esperto digitale, ovviamente, ma conosce bene le specificità del settore automotive: sa che oggi avere un sito internet non è sufficiente per intercettare nuovi clienti e possiede competenze certificate per svolgere funzioni manageriali legate allo sviluppo dei progetti web e digital nel comparto.

¹ Fonte: indagine MotorK su un campione di dealer italiani, 2018.

3. Il **Car Influencer**. Rappresenta la nuova generazione di test-driver, che unisce all'amore per i motori e le auto la competenza e la passione per i social network, in particolare **YouTube, Instagram e FacebookWatch**. Costruisce uno *storytelling* - visivo e non solo - dell'auto, raccontando agli utenti le ultime tendenze nel mondo dei motori, chiarendo dubbi comuni con recensioni e guide all'acquisto. È una professione che nel mondo anglosassone ha già i suoi punti di riferimento, ma a breve emergeranno anche in Italia.
4. Il **BDC manager**. È il responsabile del Business Development Center, il team di persone che in concessionaria si occupa di comunicare con il cliente durante il processo di acquisto: porta avanti un'attività strutturata di follow-up prima della vendita dell'auto, durante la negoziazione, ma anche dopo aver concluso la vendita, per fidelizzare il cliente.
5. Lo **Small Data Analyst**. Se l'analisi dei big data è una prerogativa delle grandi corporations, ormai da anni anche le concessionarie più digitali hanno piattaforme che raccolgono i dati dei clienti e le performance delle vendite: lo Small Data Analyst utilizza i dati questi piccoli ma preziosi database per creare modelli predittivi del comportamento degli utenti per migliorare il servizio e ottimizzare le risorse disponibili. Si tratta di un professionista con forti competenze relative alle dinamiche verticali del mondo automotive, che intravede trend e insights nella mole di dati disponibile alle concessionarie.

Su MotorK

MotorK è un'azienda digitale europea che aiuta l'industria automobilistica a potenziare il proprio business attraverso una innovativa combinazione di competenze digitali, marketing online e grande esperienza tecnologica. Nata in Italia nel 2010, è rapidamente diventata una delle aziende più importanti nello scenario del digital automotive, nonché un partner di fiducia per oltre il 90% delle case automobilistiche attive sul mercato europeo. Con una crescita a tre cifre anno su anno, l'azienda è riuscita ad allargare la propria attività dall'Italia alla Spagna, Francia, Germania e Regno Unito. MotorK ha sviluppato e consolidato una vasta offerta di prodotti e servizi per l'industria automobilistica, come **DriveK** (il più grande marketplace per auto nuove d'Italia), **DealerK** (una piattaforma SaaS per la gestione digitale delle concessionarie), **GarageK** (piattaforma SaaS per la gestione dei servizi post-vendita e del processo after-sales) e **Internet Motors** (eventi e formazione nell'ambito del digital marketing).

Ufficio Stampa MotorK

Vittoria Giannuzzi

vittoria.giannuzzi@motork.io +39 392 9252595

Alessia Clusaz



[Comunicato stampa]

alessia.clusaz@motork.io +39 371 3771779