

Automotive News riferisce che la catena di negozi al dettaglio statunitense Wal-Mart sta collaborando con CarSaver, una piattaforma di acquisto online di auto, per introdurre le vendite di auto in 25 negozi del sud-ovest degli Stati Uniti. La stessa CarSaver sta firmando un accordo con alcuni gruppi di concessionari, tra cui AutoNation, il più grande rivenditore di automobili della nazione, per settare al meglio il programma.

A partire dal primo di aprile, nei 4 mercati di Houston, Dallas, Phoenix and Oklahoma City, all'interno dei negozi Wal-Mart ci saranno aree espositive e membri dello staff a disposizione degli acquirenti per mostrare e acquistare le automobili, con la vendita che verrà finalizzata in un desk CarSaver sempre all'interno del grande magazzino. I clienti potranno scegliere un veicolo nuovo o usato, esaminare le possibili opzioni di acquisto, chiedere un finanziamento attraverso Ally e trovare un'assicurazione conveniente. Il sistema collegherà poi gli acquirenti alle concessionarie certificate entro 15 miglia dal Wal-Mart in cui si trovano, prenotando un appuntamento. I desk servirebbero a contenere lo stress e la pressione che altrimenti l'acquisto di un'auto genererebbe agli utenti, mentre CarSaver, in caso di vendita, incassa circa 350 dollari.

Wal-Mart e CarSaver hanno già condotto un test pilota l'anno scorso a Stuart, in Florida, scoprendo che i clienti sono riusciti a risparmiare in media 3.000 dollari, secondo quanto riportato dal Ceo di CarSaver, Sean Wolfington, ad Automotive News. Wolfington ha detto che l'80% dei clienti che fissa un appuntamento presso il desk con un commerciante conclude l'acquisto. Questo renderebbe il desk CarSaver un potente strumento per le concessionarie.

Il programma prevede di vendere circa 1.000 veicoli all'anno per Wal-Mart. Considerando che CarSaver pensa di espandersi nei negozi Wal-Mart a livello nazionale entro due anni e che ci sono circa 3.500 superstore negli Stati Uniti, stiamo parlando di 3,5 milioni di veicoli all'anno.