

Tagliando, cambio gomme, revisione, carrozzeria: è da queste parole che gli automobilisti cominciano a cercare online l'officina giusta a cui rivolgersi. Se una volta affidarsi al meccanico di fiducia era un'abitudine consolidata, oggi il percorso di acquisto del cliente service è diventato ben più articolato e, soprattutto, centrato sull'online. MotorK ha annunciato la creazione di una nuova divisione digitale, GarageK. Pensata espressamente per rispondere alle esigenze delle officine, GarageK è una piattaforma di software-as-a-service che permetterà agli operatori di questo comparto di gestire, in maniera funzionale e immediata, le richieste di preventivo, le prenotazioni, la pubblicazione di promozioni e le campagne marketing.

L'universo delle officine italiane è ancora lontano dal definirsi digitalizzato: secondo una ricerca condotta da MotorK, circa il 30% dei service post-vendita non ha un sito web e il 10% pensa che non sia utile per il proprio business. Non solo: tra coloro che hanno il sito web, il 55% non ha ancora predisposto un servizio di prenotazione online. Solo il 29% del campione ha dichiarato di aver stabilito un budget per la strategia digitale dell'azienda.

Considerando che le ricerche online riguardanti il service sono aumentate del 300% dal 2015 ad oggi e che il 66% degli automobilisti ha utilizzato internet prima di portare l'auto in officina, diventa chiaro che la tendenza degli utenti è quella di cercare, confrontare e scegliere l'officina online, prenotando il proprio appuntamento tramite il sito. Più di metà delle ricerche che riguardano ricambi, assistenza e manutenzione meccanica sono effettuate da dispositivi mobile. Avere un sito responsive è fondamentale per intercettare anche gli utenti che cominciano il proprio customer journey online e in mobilità: infatti, oltre la metà degli utenti che utilizza i dispositivi mobile per cercare un servizio di assistenza meccanica chiama l'officina proprio a partire dal risultato della ricerca effettuata. Offline e online non sono più due realtà differenti, ma aspetti complementari e inestricabili di un unico processo di acquisto.

Cercando la giusta officina a cui rivolgersi, gli utenti si aspettano di trovare elementi che li aiutino nella scelta: prezzi, semplicità, velocità e qualità del servizio. Diventa sempre più indispensabile per i service avere una presenza online efficace, a partire da un sito web con informazioni facilmente reperibili e la possibilità di prenotare un servizio in modo rapido. Questa necessità diventa ancora più rilevante se si pensa che più del 40% delle richieste che giungono al service dagli automobilisti necessitano un intervento di riparazione e non di routine o manutenzione*, e comportano quindi tempistiche più rapide.

*"Il settore del digital automotive ha fatto molti passi avanti negli ultimi anni - dichiara **Marco Marlia**, fondatore e CEO di MotorK, società proprietaria del marchio GarageK. - Dalla configurazione online alle concessionarie, il digitale ha cambiato il lavoro di chi vende*

auto. Quello che mancava però era uno strumento ad hoc per la parte di aftermarket e di service, in modo da offrire una gamma di prodotti digitali che non solo innovino l'esperienza di acquisto, ma cambino radicalmente anche l'esperienza degli utenti una volta diventati proprietari di un'auto. Per i service aftermarket è cruciale riuscire a incrementare le visite in officina e questo obiettivo è raggiungibile soltanto se le aziende sono presenti dove gli utenti le cercano: online."

Sono già centinaia le aziende che hanno scelto GarageK come supporto nel loro processo di digitalizzazione: l'obiettivo di MotorK è raggiungere quota mille clienti di GarageK entro la fine del 2018. Questo nuovo servizio va ad aggiungersi all'offerta di prodotti che l'azienda italiana offre all'industria automobilistica, tra cui DriveK - il più grande marketplace per auto nuove d'Italia - DealerK - la piattaforma SaaS per la gestione digitale delle concessionarie - e Internet Motors, la divisione che si occupa di eventi e formazione nell'ambito del digital marketing. GarageK è già attiva nel mercato italiano ed è in fase di avvio nelle altre nazioni in cui opera l'azienda: Francia, Spagna, Germania e Gran Bretagna.

© riproduzione riservata
pubblicato il 30 / 10 / 2018