Los cinco momentos importantes en los que las marcas de automoción deben convencer a los compradores



MOMENTOS "¿QUÉ COCHE ES MEJOR?"

A la hora de buscar información sobre automóviles, los consumidores recurren a los medios digitales, y en estos momentos previos a la compra la influencia del vídeo es cada vez mayor.

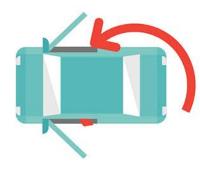


El 69%

de los usuarios que utilizan YouTube al comprar un coche han visto vídeos relacionados (un porcentaje superior al de la influencia de la televisión, los periódicos o las revistas).

MOMENTOS "¿ES ADECUADO PARA MÍ?"

Durante el proceso de compra del coche, los consumidores acaban siendo realistas y se preguntan si ese modelo es el más adecuado para sus necesidades y estilo de vida.



El tiempo que pasan viendo vídeos de automóviles sobre conducciones de prueba, prestaciones y opciones, e interiores y exteriores de vehículos, prácticamente se ha duplicado en un año.



maletero y la capacidad de remolque ha aumentado en un 15% y un 30% en un año respectivamente.

El interés de búsqueda sobre el espacio del

MOMENTOS "¿ME LO PUEDO PERMITIR?"

determinado vehículo, quieren saber si se lo pueden permitir.

Una vez que los consumidores se imaginan como propietarios de un



dispositivos móviles, que representan el 70% de este tipo de búsquedas.

que se ha registrado hasta la fecha, con un aumento interanual del 25%, gracias principalmente a los

Aunque la mayor parte del proceso de compra de automóviles tiene lugar online, una vez que se han

decidido a comprar, los consumidores todavía necesitan encontrar un concesionario.

MOMENTOS "¿DÓNDE DEBO COMPRAR?"

El interés de búsqueda de concesionarios



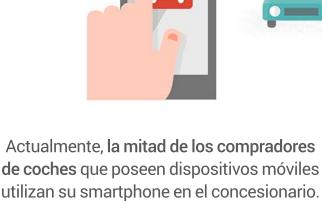
Uno de cada tres
personas que utilizan un dispositivo móvil durante

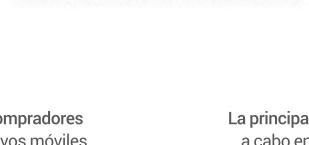
cercanos se ha duplicado en un año.

el proceso de compra de un coche encuentran un concesionario o llaman a uno con dicho dispositivo.

Aunque estén en el concesionario, los consumidores recurren a su dispositivo móvil para comprobar si les han hecho una buena oferta.

MOMENTOS "¿HE CONSEGUIDO UNA BUENA OFERTA?"







les estár

comprar un vehículo.

FUENTES

1,9

2

3

4,7

- Estudio de compradores de automóviles de TNS/Google, 2015, Estados Unidos; Consumer Barometer n = 500 Informe de TNS sobre consumo en los medios, 2015 Datos internos de Google, comparativa de los períodos de enero a septiembre de 2015 y de enero a septiembre de 2014, Estados Unidos. La
- clasificación de un vídeo como "reseña de coches", "Qué llevo en el coche" o "presentación del coche" se realizó a partir de datos públicos, como títulos o etiquetas, por lo que es posible que no abarque todos los vídeos relacionados disponibles en YouTube.

 Google Trends, comparativa de datos de julio de 2015 y julio de 2014, Estados Unidos
- Google Trends, enero de 2004 a septiembre de 2015, Estados Unidos
 Datos internos de Google, del 2 al 15 de septiembre, Estados Unidos
 Millward Brown Digital and Polk Automotive Shopper Path to Purchase (
- **8,10** Millward Brown Digital and Polk, Automotive Shopper Path to Purchase (Ruta de los compradores de coches), septiembre de 2015, Estados Unidos

think with Google