

Otomotiv Markalarının Kazanması Gereken 5 Önemli An



"HANGİ ARAÇ EN İYİ?" ANLARI

Tüketiciler otomobil aramaya başlamak için genellikle dijital cihazlara başvuruyor ve bu ilk anlar gitgide artan oranda videodan etkileniyor.

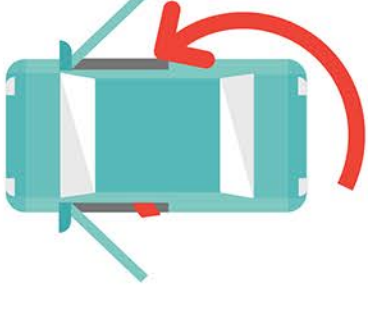


%69

araç satın alırken YouTube kullanan ve TV, gazete veya dergilere kıyasla videodan daha çok etkilenen tüketicilerin oranı.

"BENİM İÇİN DOĞRU ARAÇ MI?"

Araç satın alma yolculuğu sırasında alıcılar çoğunlukla şu soruyu sorarak gerçeğe uygunluğu kontrol etme ihtiyacı duyar: Bu araç ihtiyaçlarıma ve yaşam tarzıma uygun mu?



Araç test sürüşlerinin yer aldığı, özellik ve seçeneklerin vurgulandığı, aracın içinin veya dışının sergilendiği otomobil videolarını izlemek için harcanan süre, **yıldan yıla yaklaşık 2 kat** arttı.



Araba bagaj hacmi ve yük kapasitesi için arama ilgisi yıldan yıla sırasıyla **%15 ve %30** arttı.

"BU ARACI SATIN ALABİLİR MİYİM?"

Tüketicilerin belirli bir araca sahip olmayı hayal etmeye başladıktan sonra bu aracı satın alıp alamayacaklarını bilmeleri gerekir.



Araç üreticisi tarafından önerilen başlangıç satış fiyatı ve liste fiyatları için arama ilgisi, **yıldan yıla %25 artarak** en yüksek seviyeye ulaştı. Bu artış büyük ölçüde, söz konusu aramaların %70'inin gerçekleştiği mobil cihazlar tarafından tetiklendi.

"NEREDEN SATIN ALMALIYIM?"

Araç satın alma yolculuğunun büyük bir kısmı dijital ortama taşınsa da tüketicilerin hâlâ doğru anda bir bayi bulması gerekiyor.



"Yakınımdaki araç satış bayileri" için arama ilgisi **yıldan yıla iki katına çıktı**.

3'te 1

araç satın alma işleminin bir parçası olarak mobil cihazlarını kullanan, bayileri mobil cihaz üzerinden bulan veya mobil cihazla arayan araç alıcılarının oranı.

"İYİ BİR FİYATA MI SATIN ALIYORUM?"

Alıcılar bayiye gittiklerinde bile aracı iyi bir fiyata satın aldıklarından emin olmak için mobil cihazlarına başvuruyor.



Günümüzde, mobil cihaz sahibi tüm araç alıcılarının yarısı bayiye gittiğinde akıllı telefonunu kullanıyor.

Kullanıcıların bayideyken telefonlarından en çok gerçekleştirdikleri işlem, araç için iyi bir fiyat aldıklarından emin olmak amacıyla yaptıkları aramalar.

KAYNAKLAR

- 1,9 Google/TNS, Otomobil Müşterileri Çalışması, 2015, Amerika Birleşik Devletleri. Tüketici Barometresi sayı=500.
- 2 TNS Medya Tüketim Raporu, 2015.
- 3 Google'ın Kendi Verileri, Ocak-Eylül 2015 ve Ocak-Eylül 2014 Karşılaştırması, Amerika Birleşik Devletleri, "Araç incelemesi", "Aracımda neler var?" veya "araç turu" videosu sınıflandırması başlıklar ve etiketler gibi herkese açık veriler temel alınarak yapılmıştır ve YouTube'da bulunan bu türdeki her videoyu kapsamayabilir
- 4,7 Google Trendler, Temmuz 2015-Temmuz 2014, Amerika Birleşik Devletleri.
- 5 Google Trendler, Ocak 2004-Eylül 2015, Amerika Birleşik Devletleri.
- 6 Google'ın Kendi Verileri, 2-15 Eylül, Amerika Birleşik Devletleri
- 8,10 Millward Brown Digital and Polk, "Automotive Shopper Path to Purchase" (Otomotiv Alışverişinde Satın Almaya Giden Yol), Eylül 2015, ABD/