

¿Cómo está evolucionando LA INDUSTRIA DEL VEHÍCULO ELÉCTRICO?



TIPOS DE VEHÍCULOS ELÉCTRICOS



HEV:
Vehículos Híbridos Eléctricos



PHEV:
Vehículos Eléctricos Híbridos Enchufables



BEV:
Vehículos de Batería Eléctrica



REEV:
Vehículos Eléctricos de Alcance Extendido

LAS VENTAS GLOBALES DE EV SIGUEN GANANDO IMPULSO

Ventas a nivel global (vehículos ligeros enchufables)



Ventas en España (unidades de EV y PHEV)



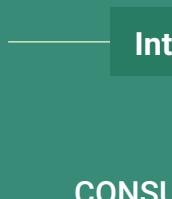
CHINA Y EUROPA CONDUCEN EL CRECIMIENTO

Volumen y % crecimiento de enchufables



¿INTERESAN LOS VEHÍCULOS ALTERNATIVOS?

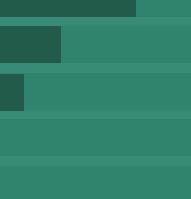
Evolución del interés acerca de los coches eléctricos e híbridos entre Q1 de 2016 y Q1 de 2017



GLOBAL:
Aumento total del **+20%**



+10%
ordenador



+1%
tablet



+35%
mobile



ESPAÑA:
Aumento total del **+30%**



+17%
ordenador



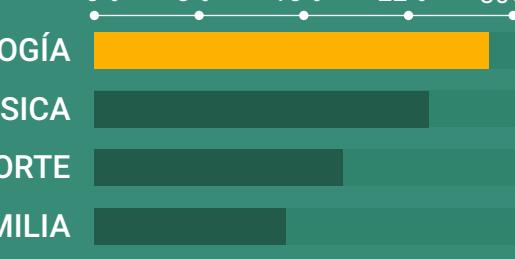
+13%
tablet



+50%
mobile

El coche eléctrico domina las búsquedas

GLOBAL



ESPAÑA



'Share of voice' de las marcas en España:

- El modelo **S de Tesla** sugiere un interés latente por el coche puramente eléctrico.
- BMW** domina claramente el interés de los 'aspirational cars' con el i8.
- El **Toyota Prius** centraliza el interés en los vehículos híbridos.



Intereses técnicos en España:



Intereses personales en España:



LAS BARRERAS DE CONSIDERACIÓN



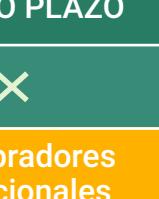
PRECIO



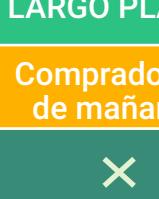
ALCANCE



MANTENIMIENTO

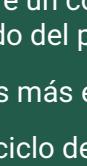


FIABILIDAD



POTENCIA

EN SU MAYORÍA SE COMPONE DE:



Hombres
De mediana edad
Sin hijos

Así es el perfil del target:



Entusiastas
del medio ambiente,
tecnología, emociones fuertes,
noticias de negocios,
vehículos de gama alta.



Compradores de
nuevos coches, servicios
financieros, bienes inmuebles,
electrónica de consumo,
educación superior.

UN NUEVO RETO PARA LOS CONCESIONARIOS

• Requiere un conocimiento más profundo del producto.

• Clientes más exigentes.

• Mayor ciclo de ventas con menor volumen.

• Los distribuidores dependen en gran medida de los incentivos.

• Preocuparse por el impacto en el servicio posventa.

¿CÓMO TRABAJAR EL MERCADO A MEDIDA QUE LOS VEHÍCULOS ELÉCTRICOS GANAN POPULARIDAD Y LOS COSTOS BAJAN?

OBJETIVO	CORTO PLAZO	MEDIO PLAZO	LARGO PLAZO
NOTORIEDAD	✗	✗	✗
CONSIDERACIÓN	✗	✗	✗
DECISIÓN	Audiencia principal	✗	✗

IDENTIFICANDO LAS OPORTUNIDADES

• Cómo trabajar el mercado a medida que los vehículos eléctricos ganan popularidad y los costos bajan:

OBJETIVO	CORTO PLAZO	MEDIO PLAZO	LARGO PLAZO
NOTORIEDAD	✗	✗	✗
CONSIDERACIÓN	✗	✗	✗
DECISIÓN	Audiencia principal	✗	✗

¿CÓMO ES LA AUDIENCIA EN ESPAÑA?

EN SU MAYORÍA SE COMPONE DE:

Hombres
De mediana edad
Sin hijos

Así es el perfil del target:

Compradores de
nuevos coches, servicios
financieros, bienes inmuebles,
electrónica de consumo,
educación superior.

IDENTIFICANDO LAS OPORTUNIDADES

• Cómo trabajar el mercado a medida que los vehículos eléctricos ganan popularidad y los costos bajan:

OBJETIVO	CORTO PLAZO	MEDIO PLAZO	LARGO PLAZO
NOTORIEDAD	✗	✗	✗
CONSIDERACIÓN	✗	✗	✗
DECISIÓN	Audiencia principal	✗	✗

UN NUEVO RETO PARA LOS CONCESIONARIOS

• Requiere un conocimiento más profundo del producto.

• Clientes más exigentes.

• Mayor ciclo de ventas con menor volumen.

• Los distribuidores dependen en gran medida de los incentivos.

• Preocuparse por el impacto en el servicio posventa.

¿CÓMO PARTICIPAR Y PROMOVER EL ECOSISTEMA DE LOS COCHES ELÉCTRICOS?

• IDENTIFICANDO LAS OPORTUNIDADES

• Cómo trabajar el mercado a medida que los vehículos eléctricos ganan popularidad y los costos bajan:

OBJETIVO	CORTO PLAZO	MEDIO PLAZO	LARGO PLAZO

<tbl_r cells="4" ix="2" maxcspan="1" max