

# ¿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

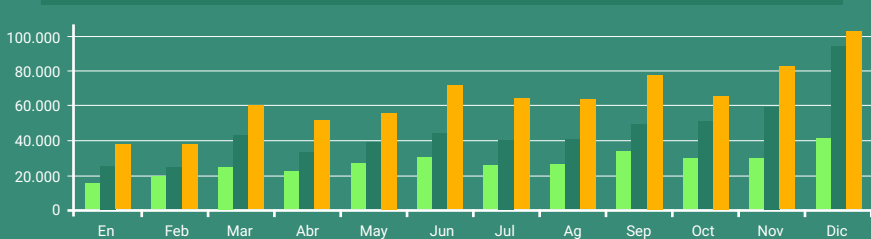


### REEV:

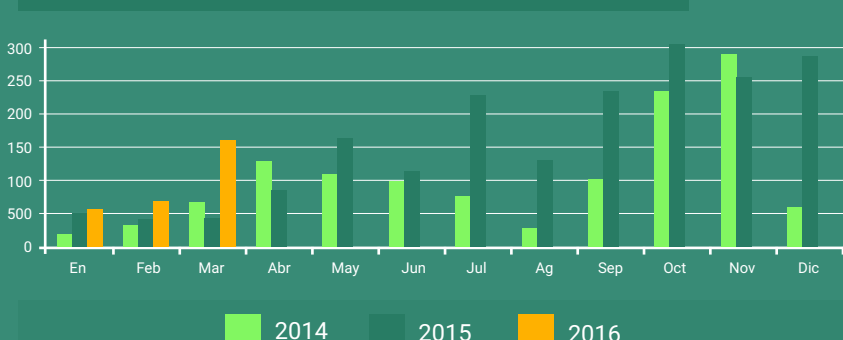
Vehículos Eléctricos de Alcance Extendido

## LAS VENTAS GLOBALES DE EV SIGUEN GANANDO IMPULSO

### Ventas a nivel global (vehículos ligeros enchufables)

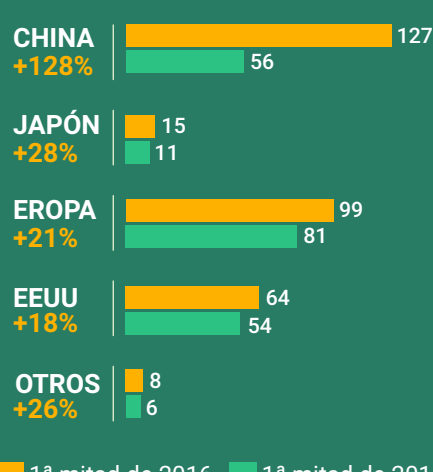


### Ventas en España (unidades de EV y PHEV)



### CHINA Y EUROPA CONDUCE 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

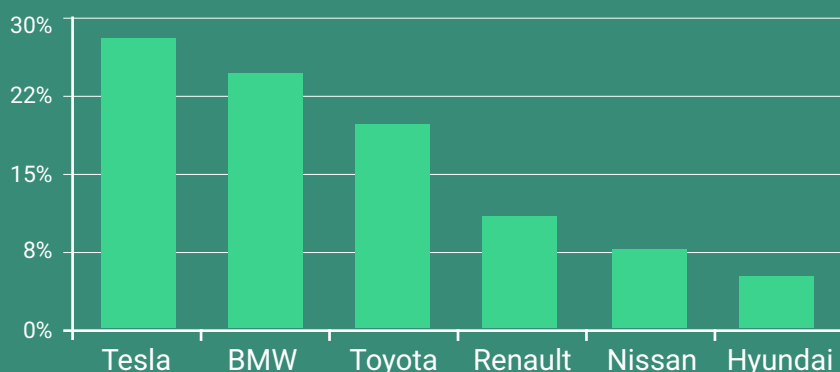
COCHE ELÉCTRICO	74%
COCHE HÍBRIDO	23%
COCHE DE HIDRÓGENO	2%

#### ESPAÑA

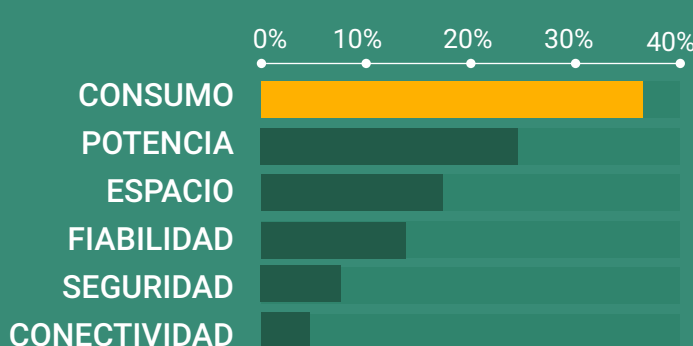
COCHE ELÉCTRICO	72%
COCHE HÍBRIDO	27%
COCHE DE HIDRÓGENO	0%

### 'Share of voice' de las marcas en España:

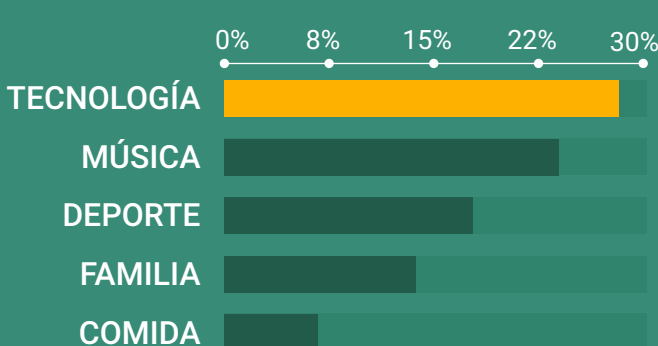
- El modelo **S de Tesla** sugiere un interés latente por el coche puramente eléctrico.
- BMW** domina claramente el interés de los 'aspirational cars' con el i8.
- El **Toyota Prius** centraliza el interés en los vehículos híbridos.



### Intereses técnicos en España:



### Intereses personales en España:



## LAS BARRERAS DE CONSIDERACIÓN



### PRECIO



### ALCANCE



### MANTENIMIENTO



### FIABILIDAD



### POTENCIA

## ¿CÓMO ES LA AUDIENCIA EN ESPAÑA?

### 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.

## 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	×	×	Compradores de mañana
CONSIDERACIÓN	×	Compradores tradicionales	×
DECISIÓN	Audiencia principal	×	×

### UN NUEVO RETO PARA LOS CONCESIONARIOS

- Requiere un conocimiento más profundo del producto.
- Cientes 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?



Fomentando actuales incentivos



Invirtiendo en infraestructura



Nuevos programas e incentivos.