



MOTORIK

**COME ACCELERARE
IL SUCCESSO DELLA
TUA CONCESSIONARIA:**

Guida alla gestione
della reputazione online

1. LA SFIDA DELLA REPUTAZIONE ONLINE PER LE CONCESSIONARIE

Nel contesto altamente competitivo della vendita di veicoli, dove la fiducia e la reputazione sono cruciali, **la gestione della reputazione online emerge come un elemento chiave per il successo delle concessionarie.** L'e-reputation, che può essere definita come il processo di formazione e mantenimento della percezione dei consumatori sulle piattaforme digitali, implica fornire risposte ai commenti negativi, coltivare le recensioni positive e monitorare attentamente il marchio. L'impatto della reputazione online è particolarmente importante nel settore automobilistico, dal momento che i consumatori sono fortemente influenzati dall'immagine online delle concessionarie:



degli acquirenti di auto sceglie una concessionaria in base alla sua reputazione online

(Source : Sales Fuel)



dei consumatori legge almeno cinque recensioni prima di visitare una concessionaria

(Source : The Automotive Reputation Report 2021)

Nonostante gli innegabili vantaggi di una gestione efficace della reputazione online, le concessionarie si trovano ad affrontare **diverse sfide**. La maggior parte ha difficoltà a generare un numero sufficiente di recensioni positive online per migliorare il proprio punteggio rispetto alla concorrenza. Inoltre, i clienti insoddisfatti sono più propensi a lasciare recensioni negative sulle varie piattaforme, compromettendo la valutazione complessiva della concessionaria e scoraggiando i potenziali acquirenti. La sfida diventa ancora più impegnativa nella fase successiva alla vendita, quando la raccolta di recensioni positive diventa più difficile, e costituisce un ostacolo significativo alla crescita sostenuta dell'azienda.

2. PERCHÉ GESTIRE LA REPUTAZIONE ONLINE?

Nell'approfondire l'importanza di gestire la reputazione online, scopriamo non solo le sfide, ma anche i vantaggi strategici che questa può offrire. Ecco perché una gestione efficace dell'*e-reputation* non è solo una necessità, ma un potente catalizzatore di successo nell'industria automobilistica.

■ **ATTIRARE PIÙ CLIENTI**

L'aumento della visibilità online tramite le recensioni positive favorisce direttamente l'acquisizione di un maggior numero di clienti. Un'elevata reputazione online comporta un maggior volume di recensioni positive, creando un circolo virtuoso di coinvolgimento di potenziali acquirenti.

■ **MANTENERE I CLIENTI**

Rispondere tempestivamente ai feedback negativi consente di ridurre al minimo la perdita di clienti. Risolvendo tempestivamente le possibili criticità, le concessionarie possono evitare recensioni negative, preservando la propria reputazione online e la fiducia dei clienti.

■ **FAR CRESCERE L'AZIENDA**

Ottimizzare le prestazioni dell'azienda attraverso i feedback dei clienti è un vantaggio strategico. Sulla base delle recensioni dei clienti, i professionisti del settore automobilistico possono seguire un'analisi completa delle prestazioni per ogni concessionaria, marchio e servizio, che consente di ottenere informazioni dettagliate ai fini di una crescita sostenibile.

3. IL POTERE DI FIDSPARK NELLA GESTIONE DELLA REPUTAZIONE ONLINE

In questo contesto, FidSparK emerge come uno strumento in grado di cambiare le carte in tavola. Sviluppato da MotorK, leader nelle soluzioni SaaS per la distribuzione automobilistica, FidSparK è uno strumento di gestione della reputazione online dedicato alle concessionarie e alle case automobilistiche. FidSparK non solo **automatizza la raccolta dei feedback**, ma organizza anche le recensioni provenienti da varie fonti, fornendo informazioni in tempo reale sulle prestazioni della concessionaria.

Come funziona FidSpark



Automazione finalizzata all'efficienza:

FidSpark automatizza la raccolta delle recensioni, facendo risparmiare tempo e lavoro ai dipendenti della concessionaria.



IA integrata per risposte efficaci:

L'integrazione con OpenAI consente di elaborare risposte più efficaci alle recensioni, migliorando l'interazione con gli utenti.



Analisi completa delle prestazioni:

FidSpark, combinato con gli strumenti CRM e di marketing predittivo di MotorK, consente alle concessionarie di lavorare in modo mirato sull'esperienza del cliente, anticipando le esigenze sempre più specifiche dei consumatori del settore automotive.

4. L'IMPATTO COMMERCIALE DELLA GESTIONE DELLA REPUTAZIONE ONLINE: UN CASO PRATICO

I risultati tangibili dell'investimento su FidSpark sono inequivocabili. Grazie alla gestione efficiente delle recensioni online, FidSpark non solo trasforma i clienti insoddisfatti in veri e propri testimonial del marchio, evidenziando l'impatto di una strategia di reputazione online ben eseguita, ma migliora anche le prestazioni aziendali e incrementa i ricavi.

L'analisi di MotorK su oltre **1.500 punti vendita** dimostra le principali conclusioni sulle potenzialità di FidSpark:



di aumento medio del numero di recensioni dopo l'uso dello strumento di *e-reputation*

+608

impressioni al sito web della concessionaria

+0,1

di aumento della valutazione media su Google ogni mese

Lo stesso studio ha rivelato che investire su questo strumento di reputazione online genera un **ritorno sull'investimento di 32 volte superiore** nel giro di un anno, **con l'8% del fatturato derivante da un approccio strategico di recupero.**

In media, le concessionarie hanno registrato un aumento dei ricavi di **130.000€***, che possono essere suddivisi come segue:

10.000 €

ottenuti grazie al recupero dei clienti insoddisfatti

32.000 €

provenienti da un aumento delle vendite di auto a seguito di nuovi lead

88.000 €

di ricavi aggiuntivi attribuiti ad una maggiore visibilità

*Analisi interna di MotorK dal 01.01.2022 al 01.06.2023

La relazione sinergica tra una gestione efficace della reputazione online e il successo delle concessionarie è evidente. FidSpark emerge non solo come strumento, ma come motore di questo successo. Man mano che le concessionarie sposano il mondo digitale, l'impiego strategico di strumenti come FidSpark diventa indispensabile, non solo per superare le sfide della reputazione online, ma anche per prosperare in un contesto in cui la percezione del pubblico e la fiducia sono fondamentali.



“Per i consumatori oggi è normale fare affidamento sulle recensioni quando sono alla ricerca di un prodotto o di un servizio. Si tratta di una prassi già consolidata in diversi settori, tra cui i beni di consumo, i viaggi e i servizi di ristorazione e intrattenimento. Quello che mancava nel settore automobilistico era una soluzione che permettesse di assumere il pieno controllo del processo di generazione e coltivazione della fiducia online e che, grazie all’integrazione dell’intelligenza artificiale, consentisse anche di interagire efficacemente con gli utenti”.

Marco Marlia, CEO di MotorK

Sei pronto ad accogliere le sfide della **reputazione online**?

SCOPRI FIDSPARK