

LA GUIDA UFFICIALE PER CONCESSIONARI CHE VOGLIONO PIÙ CONTATTI

A man with a beard, wearing a dark suit, white shirt, and dark tie, stands with his arms crossed. The background is a blurred indoor setting with warm lighting. The text is overlaid on the image.

Perché molte
concessionarie non
vendono **auto** sui social
(e cosa sta funzionando davvero oggi)

Come sta cambiando il modo di **vendere** auto

Negli ultimi anni il modo in cui le persone scelgono un'auto è cambiato.

Prima si visitavano più concessionarie e si decideva sul posto.

Oggi gran parte della scelta avviene online.

Le persone guardano video, confrontano modelli e cercano informazioni sui social prima ancora di entrare in showroom.

Per questo la comunicazione digitale è diventata uno degli strumenti più importanti per generare contatti e appuntamenti.

Il problema delle concessionarie

Molte concessionarie utilizzano i social in questo modo:

- pubblicano **solo foto** delle auto
- inseriscono informazioni tecniche da commercianti
- indicano il prezzo
- aspettano messaggi o telefonate

Problema reale:

Questo approccio **non crea coinvolgimento** e non genera abbastanza contatti.

Perché solo le foto non bastano più

Le persone non vogliono solo vedere un'auto

Vogliono immaginarsi alla guida.

Un contenuto efficace deve trasmettere:

- esperienza di guida
- sensazione di comfort
- tecnologia e dettagli
- emozione

Ed è qui che entrano in gioco i video.

Il formato che funziona oggi

Il contenuto che genera più interesse:

Un video dimostrativo breve permette di raccontare l'auto in modo coinvolgente, ma soprattutto, in modo **EMOTIVO**.

Struttura:

1. gancio iniziale
2. presentazione del modello
3. punti di forza principali
4. esperienza di guida
5. invito al contatto



l'emozione crea **desiderio**

L'errore che fanno molte concessionarie

Pubblicare non basta

Molte concessionarie iniziano a fare video ma non vedono risultati.

Il motivo è semplice.

Ci vuole strategia e Lead Generation.

Gran parte dei contenuti viene vista solo da una piccola percentuale di persone.

Per raggiungere nuovi potenziali clienti serve una strategia pubblicitaria.

Il vero cambio di approccio

Quando contenuti e **strategia** lavorano insieme

Quando video e advertising sono strutturati correttamente si ottiene:

- più visualizzazioni
- più richieste di informazioni
- più appuntamenti
- più test drive

I social smettono di essere una semplice vetrina e diventano uno strumento di acquisizione clienti.

Cosa cambia davvero

Il vantaggio competitivo

Quando la comunicazione è fatta nel modo giusto non devi competere solo sul prezzo.

Il cliente arriva già interessato all'auto e alla concessionaria.

Questo permette di valorizzare meglio i veicoli e migliorare la qualità dei contatti.

Tu non vendi più un "semplice" mezzo di trasporto, risolvi un problema, regali un **EMOZIONE**.

Il prossimo passo

Ogni concessionaria è diversa

Territorio, tipologia di auto, pubblico e obiettivi cambiano da concessionaria a concessionaria.

Per questo una strategia efficace deve essere costruita su misura.

Un'analisi della comunicazione attuale permette di capire:

- cosa migliorare
- quali opportunità sfruttare
- come generare più contatti.

Vuoi capire come applicare questo metodo alla tua concessionaria?

✓ Puoi richiedere un'analisi della tua comunicazione digitale per individuare le **opportunità più immediate di crescita.**

✗ oppure continuare a perdere clienti

PRENOTA LA TUA ANALISI

SCRIVIMI SU WHATSAPP GIÀ ADESSO

📞 338 2428747 - ANDREA

