



El gran cambio del comprador de autos: Lo que tienes que saber para generar más ventas.



ANCGVW



comscore

INTRODUCCIÓN



Este webinar es el primero de una serie que estaremos presentando a lo largo del año con la finalidad de brindar herramientas a los dealers ante esta nueva perspectiva digital.

En esta reunión nos acompaña COMSCORE líderes mundiales en la medición de audiencias digitales así como la Asociación VW y JATO DYNAMICS



COMSCORE ayuda a los especialistas en marketing y a las empresas de medios en cada etapa del ciclo publicitario.



Asociación Nacional de Concesionarios del **GRUPO VOLKSWAGEN A.C.**

Si eres socio VW/SEAT escanea este código QR si te interesa recibir informes de **FLEX MX**



OUR KNOWLEDGE IS YOUR **POWER**

Nuestro compromiso es proporcionar la mejor información disponible, lo que le permitirá tomar las mejores decisiones para tu negocio.



Perfil del consumidor de autos post CORONAVIRUS



La crisis del COVID-19 ha provocado cambios drásticos en el comportamiento del consumidor. La experiencia de usuario se encuentra en constante evolución y los dealers tendrán que trabajar mucho para cumplir con los requisitos que implican estos cambios a fin de ganar y seguir siendo relevantes en el juego.

COMPORTAMIENTO GENERAL DEL CONSUMIDOR 2021

Existen cinco cambios fundamentales en el comportamiento del consumidor a raíz del COVID 19, algunos de los cuales probablemente tendrán un impacto duradero.

1



47% de los consumidores se sienten optimistas sobre la recuperación económica.

2



27% de los consumidores esperan derrochar o darse un capricho en 2021.

3



Más 50% de los consumidores continuará realizando videoconferencias

4



El 26% de los consumidores ha creado un trabajo dedicado desde el espacio del hogar.

5

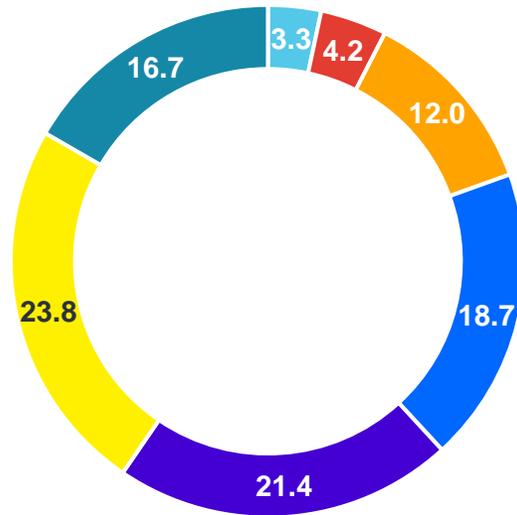


El 82% de los consumidores ha probado un nuevo comportamiento de compra que repetirán con regularidad.

Conoce el perfil digital de tus futuros compradores

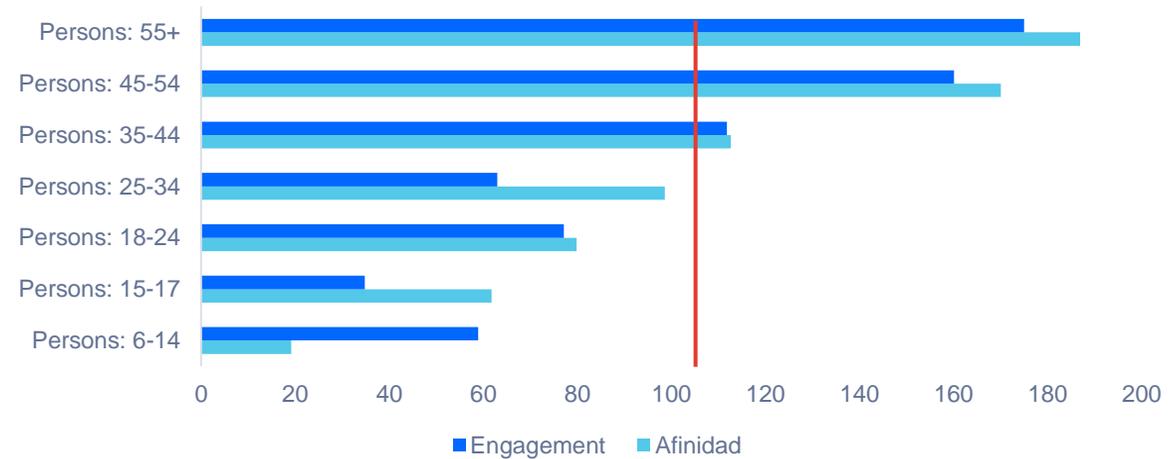
¿Quiénes visitaron la categoría automotriz PC?

% de composición



- Persons: 6-14
- Persons: 15-17
- Persons: 18-24
- Persons: 25-34
- Persons: 35-44
- Persons: 45-54
- Persons: 55+

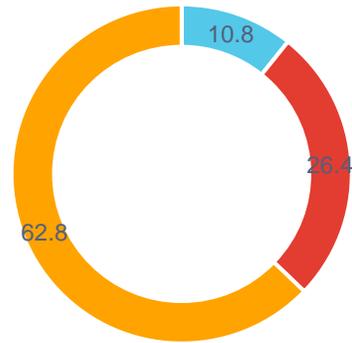
Afinidad y Engagement



El target de 55+ aun cuando representa el 16.7% de las personas que visitaron la categoría automotriz, son los que más engagement y afinidad tienen con la categoría.

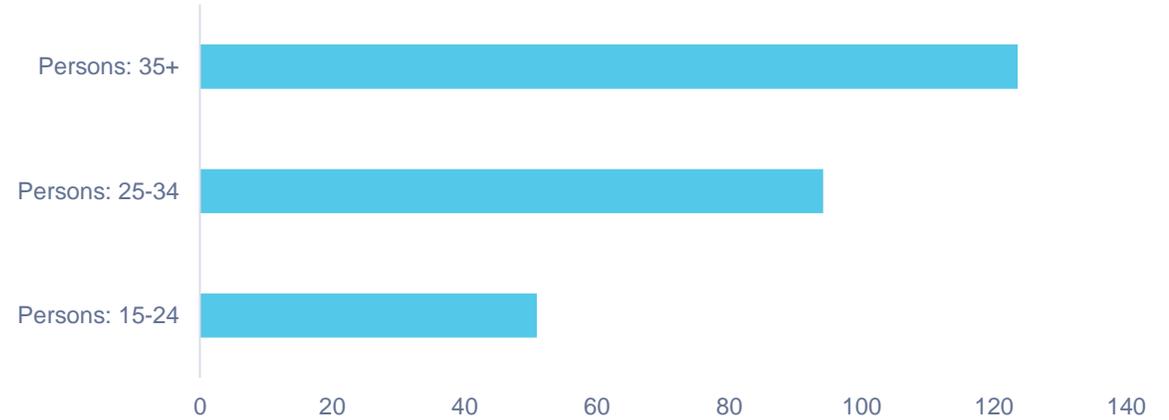
¿Quiénes visitaron la categoría automotriz Mobile?

%composición

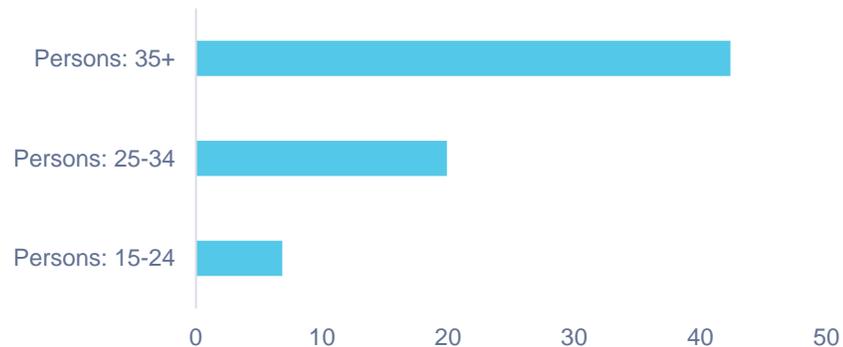


■ Persons: 15-24 ■ Persons: 25-34 ■ Persons: 35+

Afinidad



Total Views (engagement)



Sin duda las personas de 35+ son quienes presentan una mayor afinidad y Engagement dentro de la categoría.



ANC GVW



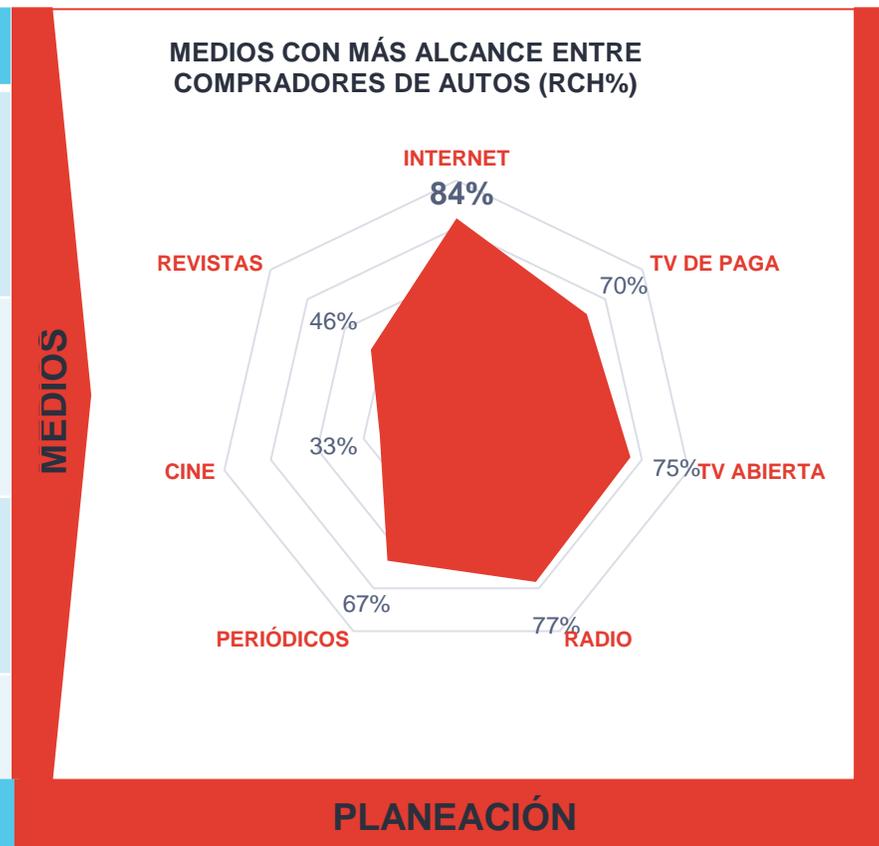
comscore

Buyer Persona: compradores de autos en México

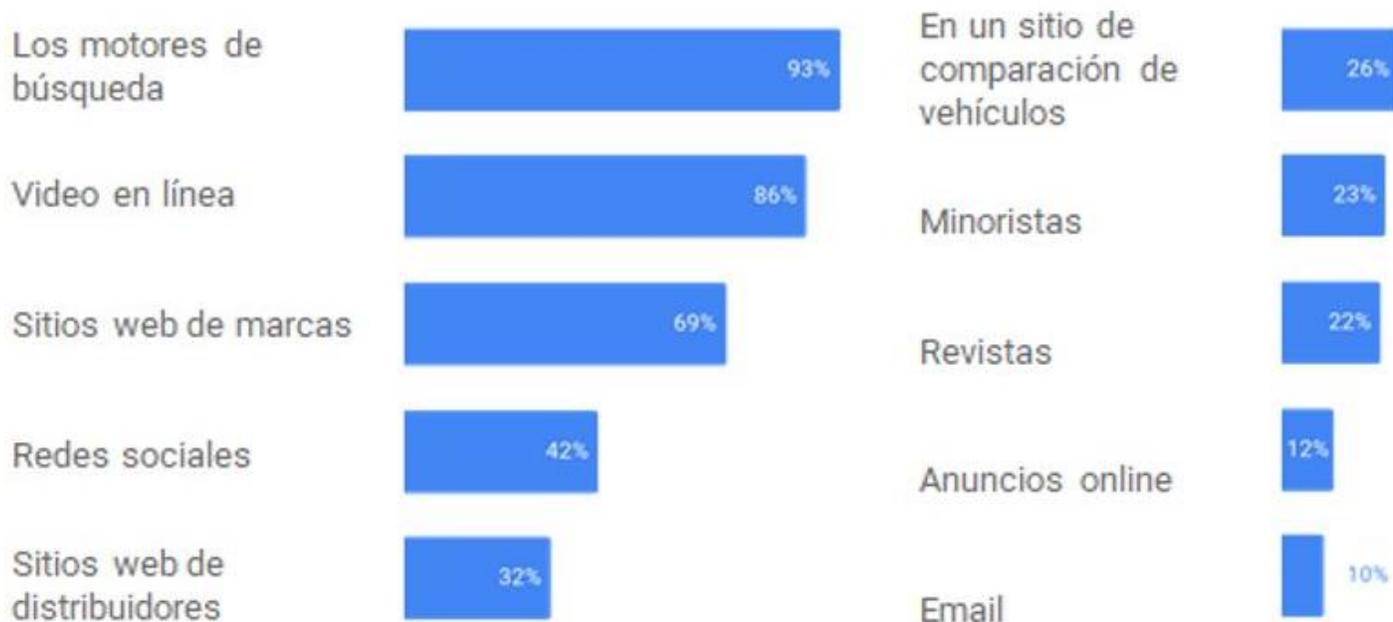


Planean comprar auto en 12 meses – Pre Pandemia

VARIABLES		
BUYER PERSONA	SOCIODEMOGRÁFICOS	<ul style="list-style-type: none"> • 64% Hombres / 36% Mujeres • 38% viven esposo/pareja e hijos • 49% tienen entre 25 y 44 años • 60% trabaja y 12% son estudiantes • 14% son de la CDMX • 48% son de NSE A/B/C+C
	PERSONALIDAD	<p>En cuanto a la relación calidad/precio</p> <ul style="list-style-type: none"> • 24% Están orientados a la calidad • 56% Están orientados al balance calidad/precio • 20% Orientados al precio
	MARCA DE VEHÍCULO QUE TIENEN	<p>Dentro de los que planean compra auto</p> <ul style="list-style-type: none"> • 14% - Tienen actualmente un GM • 7% - Tienen un Honda • 6% - Tienen un Toyota
	GENERACIONES	<ul style="list-style-type: none"> • 50% - Son Millennials • 29% - Son Gen X • 15% - Son Gen Z
	SEGMENTACIÓN	



Gran parte de la decisión de compra sucede online



2020 - 2021 acelerando

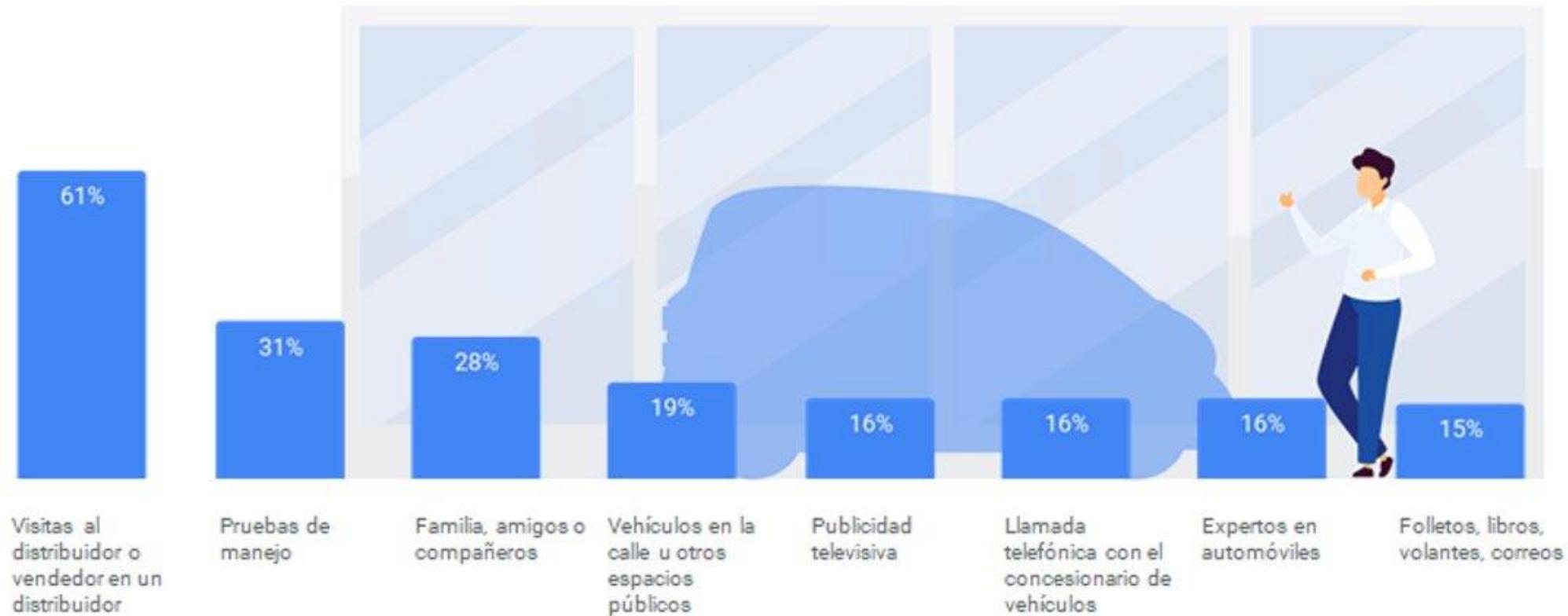


ANCGVW



comscore

La otra parte sucede en el concesionario principalmente

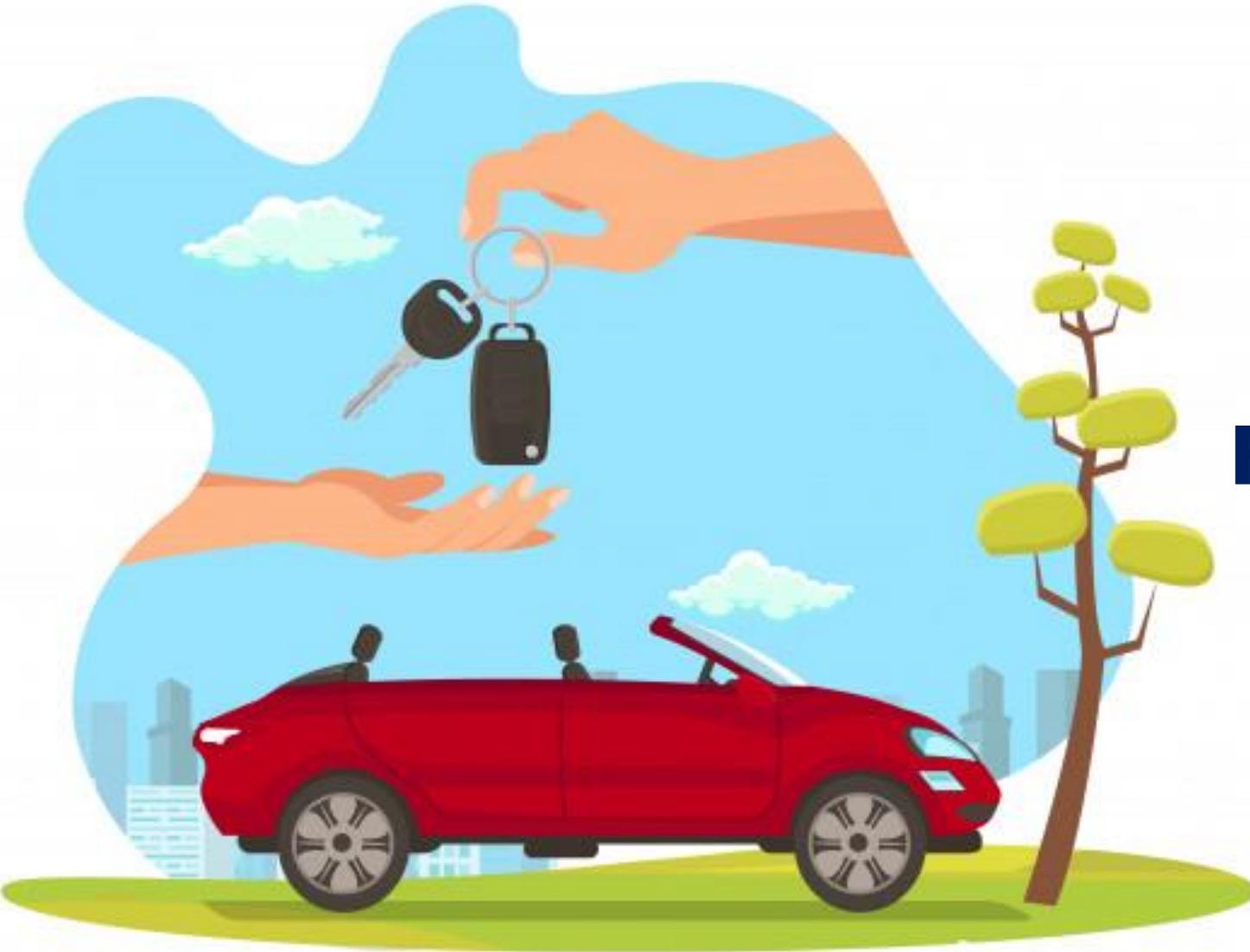


ANCGVW



comscore

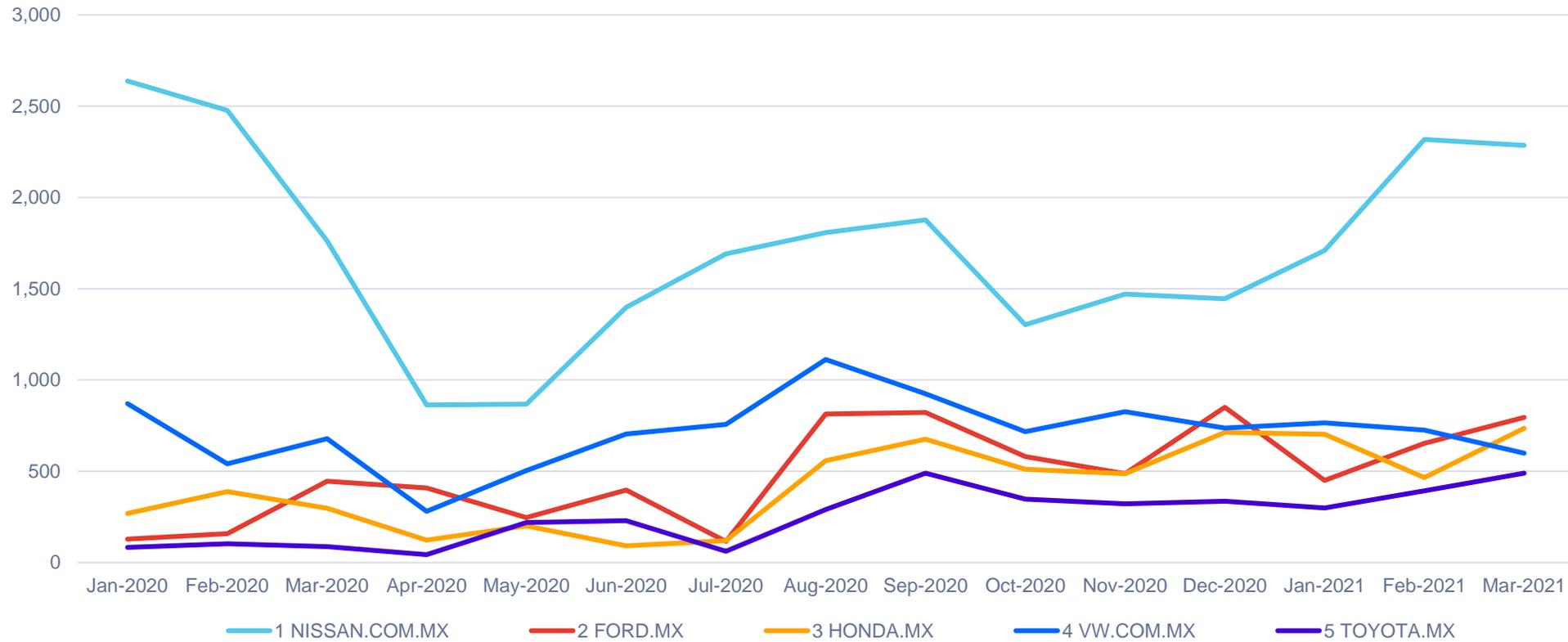
VENTAS Y FINANCIAMIENTO



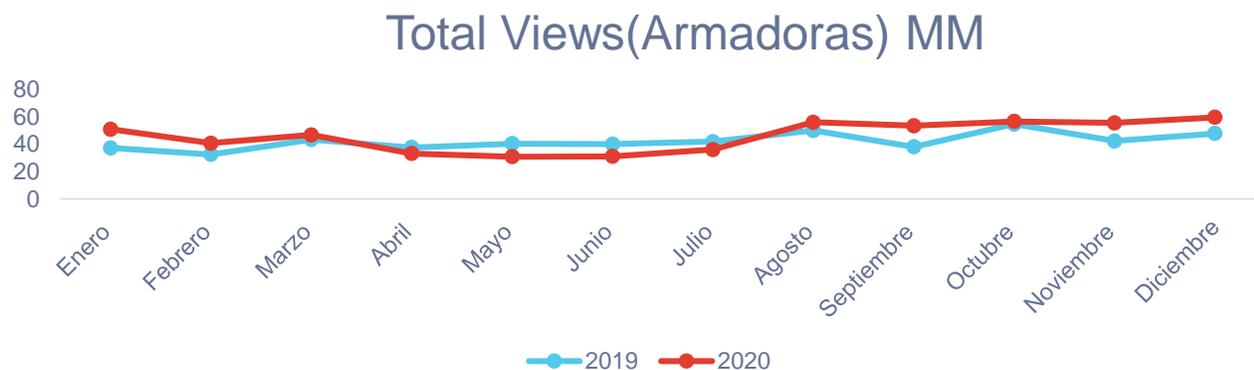
Cómo se reflejó esto en las ventas durante 2020

Tendencia de Top 5 armadoras en México

Visitantes Únicos (000)



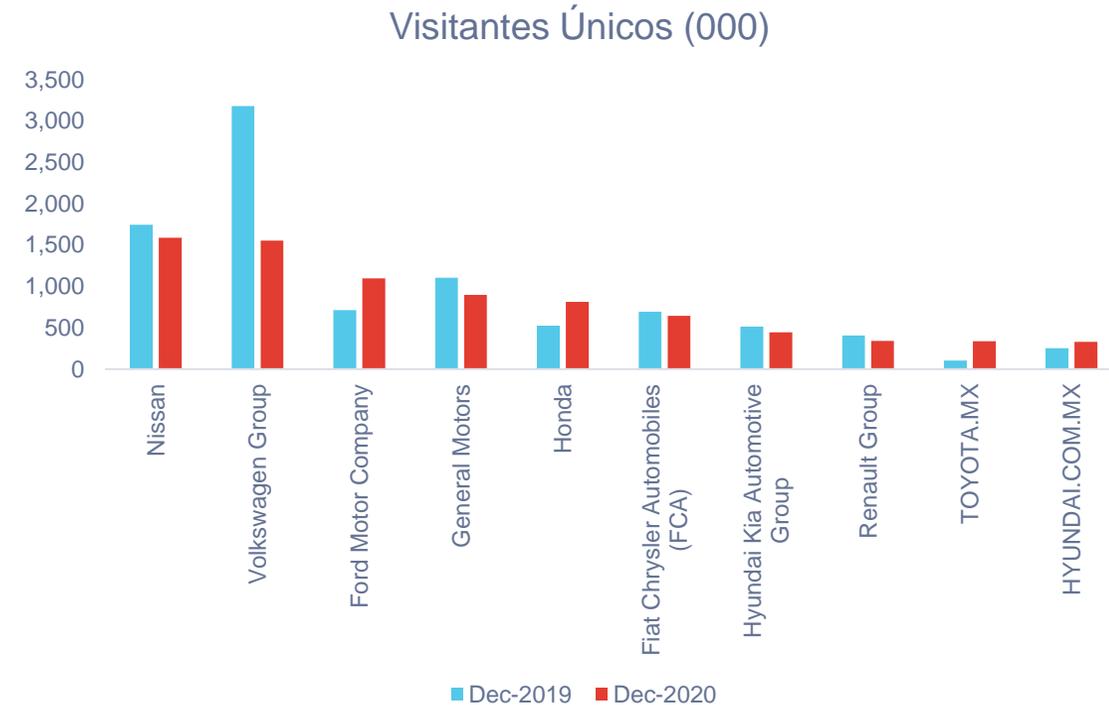
Comportamiento subcategoría – Multiplataforma



Julio y agosto fueron meses de recuperación para los sitios de manufactureras. Y si bien pareciera que en diciembre tienen una ligera caída en visitantes únicos, las personas que entraron presentaron un mayor engagement dentro de los sitios.

Top 10 de visitantes únicos (000) de armadoras

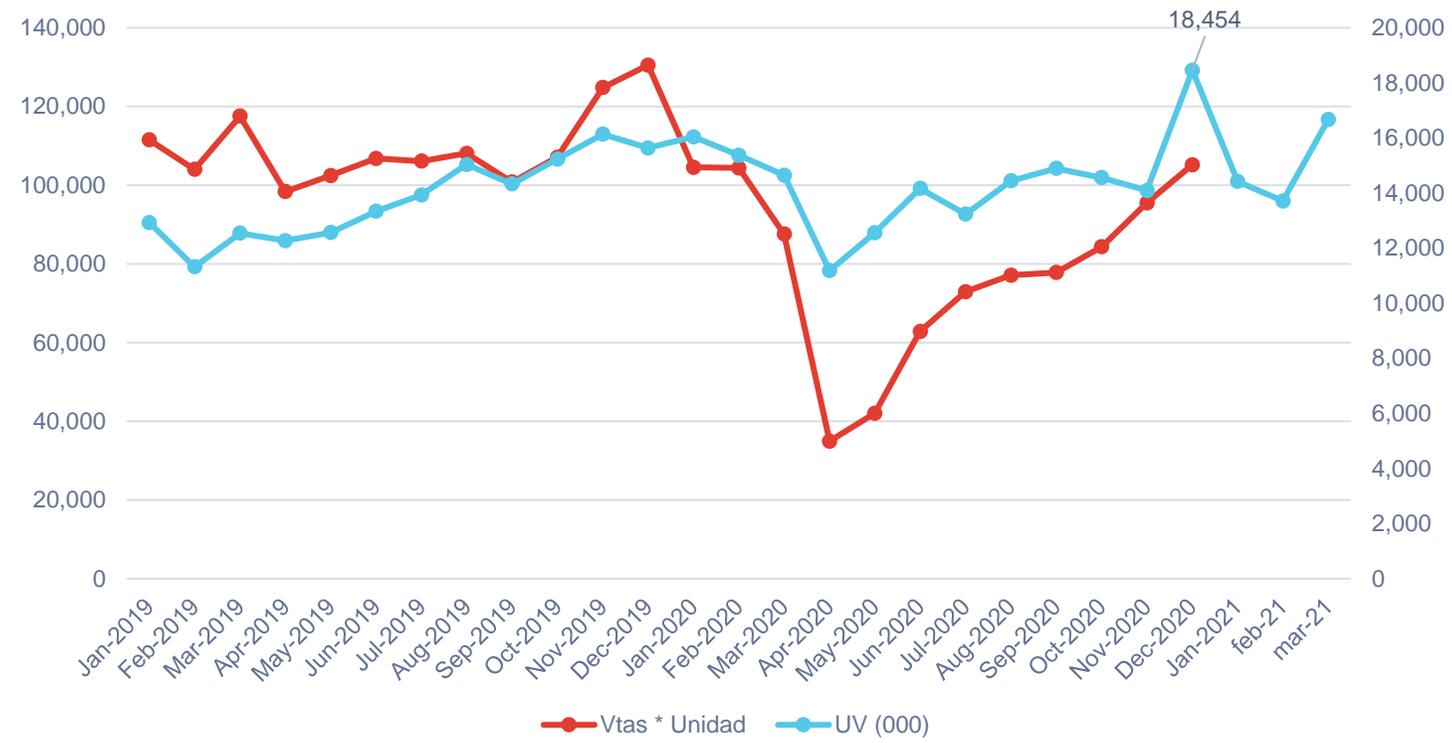
Top 10 de entidades	Dec-2019	Dec-2020	% Change	Sales 2019	Sales 2020
Nissan	1,746	1,589	-9	268,156	194,427
Volkswagen	3,182	1,553	-51	181,622	125,757
Ford Motor	711	1,096	54	57,563	37,162
General Motors	1,103	896	-19	211,987	150,256
Honda	524	813	55	72,987	47,982
Fiat Chrysler	694	644	-7	63,524	49,106
Kia	512	445	-13	95,539	73,620
Renault	407	340	-16	32,837	25,507
Toyota	102	336	228	105,663	76,577
Hyundai	251	331	32	45,607	32,231



Correlación entre audiencia y ventas



Ventas* unidad vs Visitantes Únicos (000)



Subaru
12.2%

Volvo
4%

	Var%2019-2020	
	Vtas * Unidad	UV (000)
Enero	-6%	24%
Febrero	0.3%	36%
Marzo	-26%	17%
Abril	-65%	-9%
Mayo	-59%	0.3%
Junio	-41%	6%
Julio	-31%	-5%
Agosto	-29%	-4%
Septiembre	-23%	4%
Octubre	-21%	-4%
Noviembre	-23%	-13%
Diciembre	-19%	18%

MMX MP, ene 2019 – marzo 2021, Visitantes únicos (000), Vtas *unidad, AMDA mx/venta de vehículos ligeros , ene-dic 2019 vs 2020 <https://www.amda.mx/category/ventas-ligeros-general/>

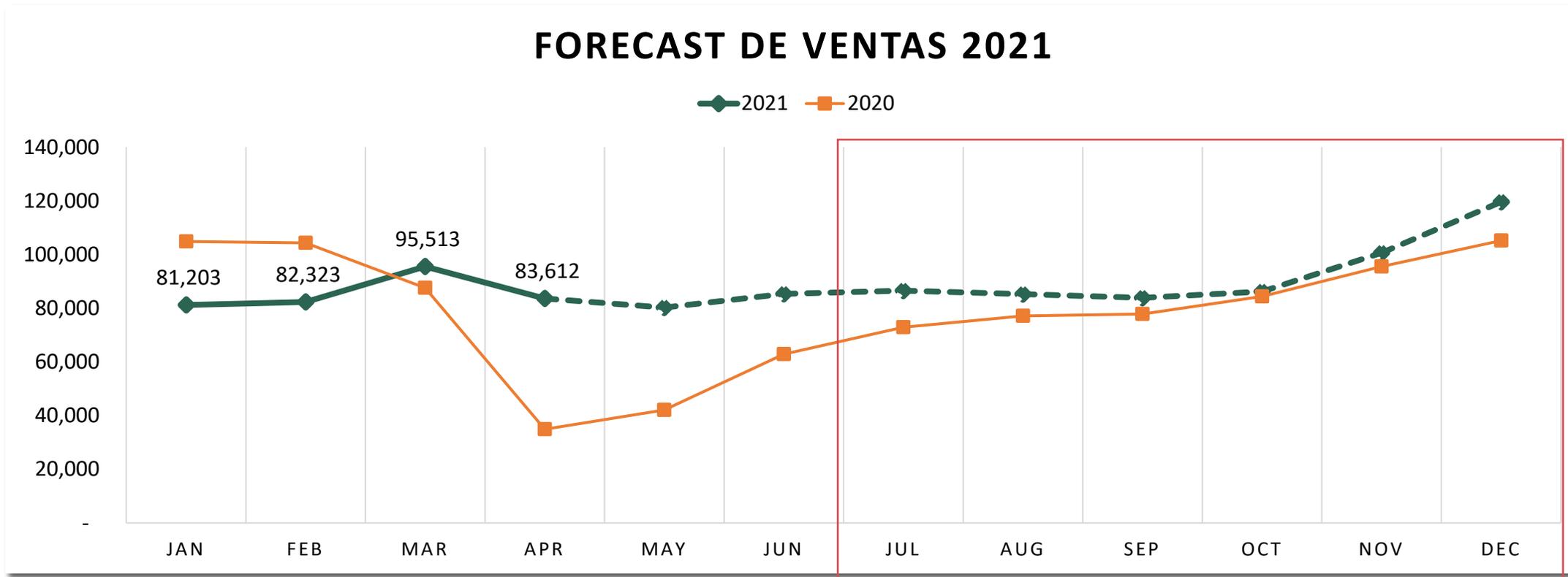


ANC GVW



comscore

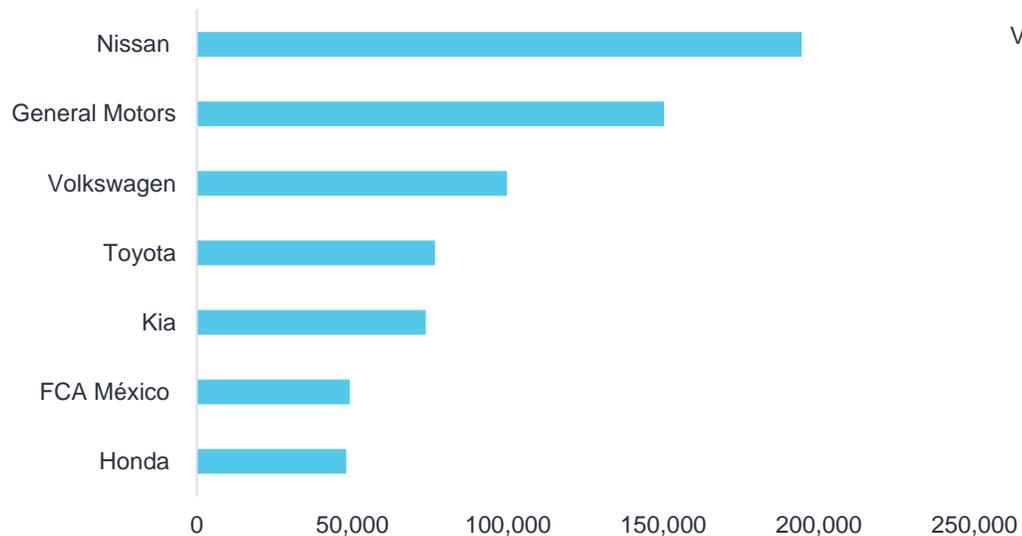
Forecast de ventas 2021



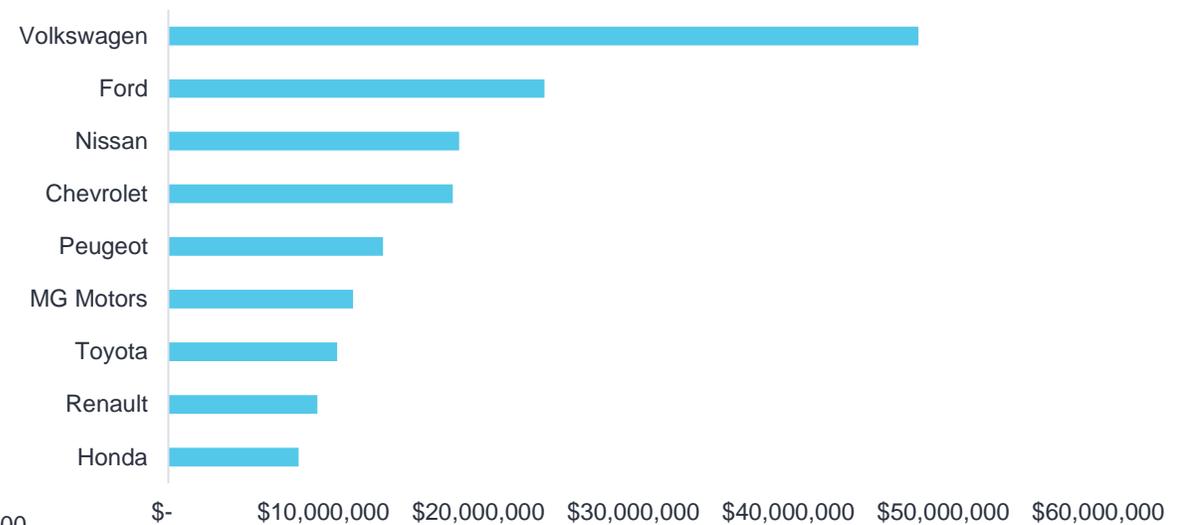
- Cierre 2021: 1,070 M. 🚗 + 12% de crecimiento vs 2020.
- Se estima un ligero crecimiento del 18% de julio a diciembre 2021.

Las marcas que agrupan el 70% de la inversión publicitaria y venta de autos

Top de marcas por unidades vendidas



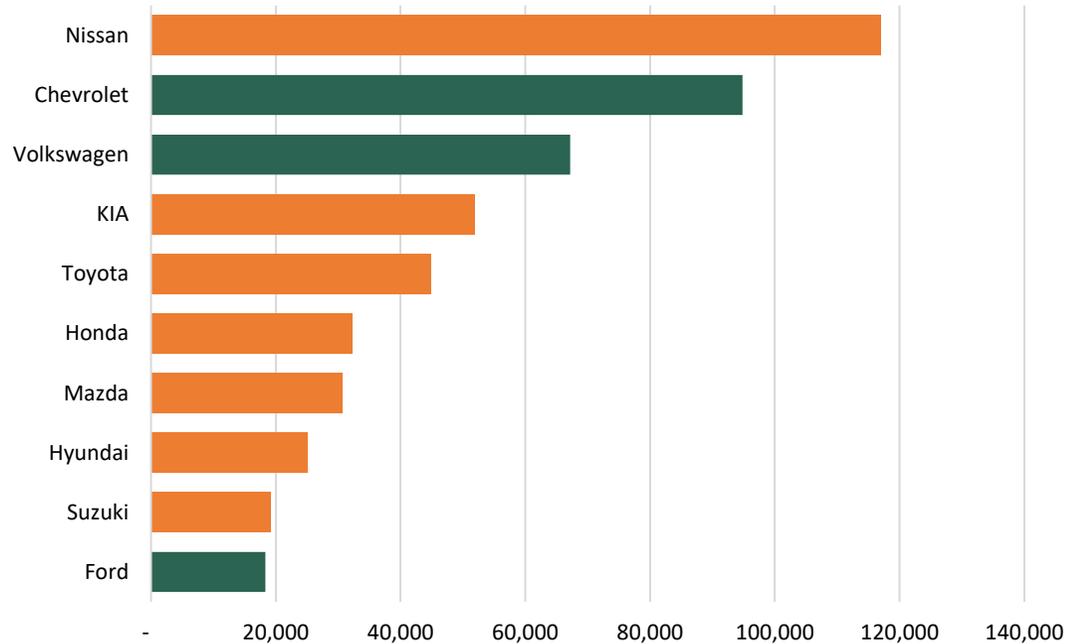
Top marcas por inversión publicitaria 2020



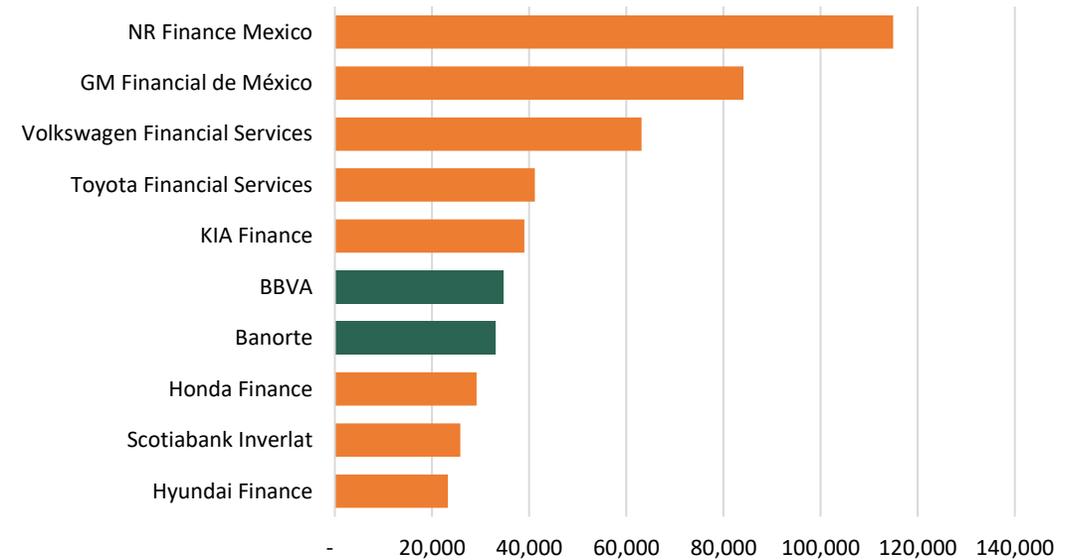
Nissan se encuentra en el top 3 de inversión publicitaria digital en 2020, sin embargo se encuentra en primer lugar de ventas generadas en ese mismo año.

Comportamiento del financiamiento 2020

Top marcas por financiamiento



Top captiva/bancos por financiamiento



- Marcas asiáticas toman fuerza en el financiamiento.
- BBVA y Banorte bancos líderes en México - en promedio colocan 11%.

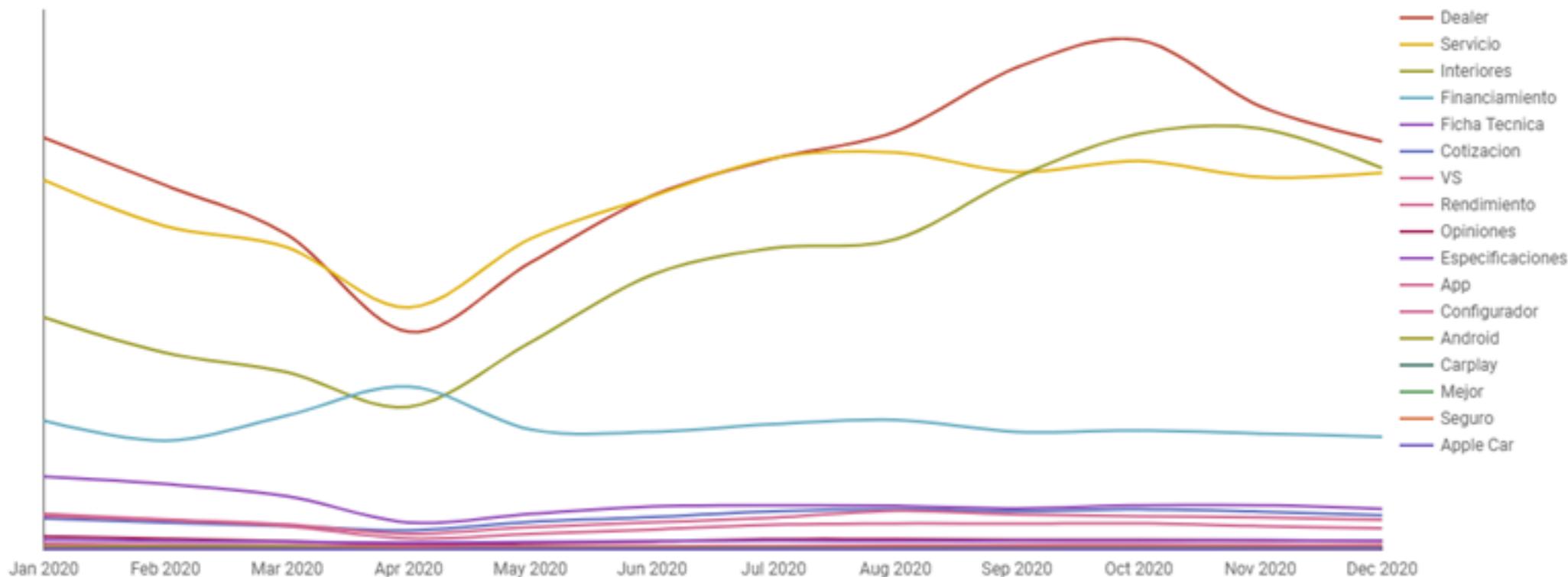
Interés de la audiencia en sitios de armadoras

MARCA		INDEX
Nissan	Home	141
	Modelos	133
	Cotizador	104
	Promociones	217
Chevrolet	Home	129
	Modelos	120
	Cotizador	139
	Promociones	173
	Cita de Servicio	225
VW	Home	145
	Modelos	134
	Registro	136

MARCA		INDEX
Honda	Home	133
	Modelos	128
	Prueba de manejo	149
Ford	Home	166
	Modelos	157
	Financiamiento	221
	Cotizador	151
Toyota	Home	164
	Modelos	157
	Cotizador	201

Alt Roll Up Multiplataforma, diciembre 2020, Target : 35+, Afinidad

El atributo que más se busca es **Precio**, seguido por:



Existen cada vez más puntos de contactos y fuentes de información

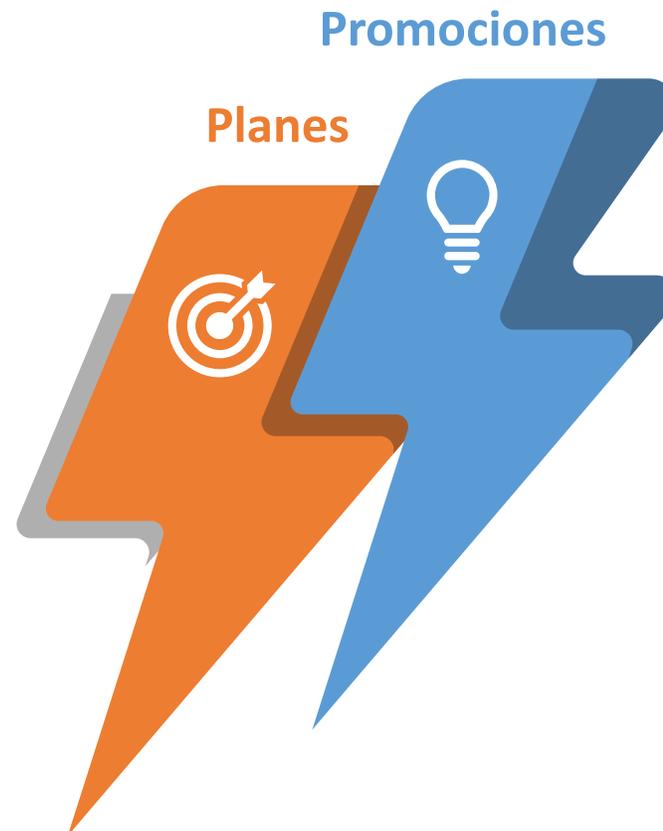


Oferta Comercial 2020

Planes

- Tasas:
 - 5.50%
 - 6.90%
 - 8.99%
 - 9.99%
- Meses sin intereses.
- Planes balloon.

Promociones



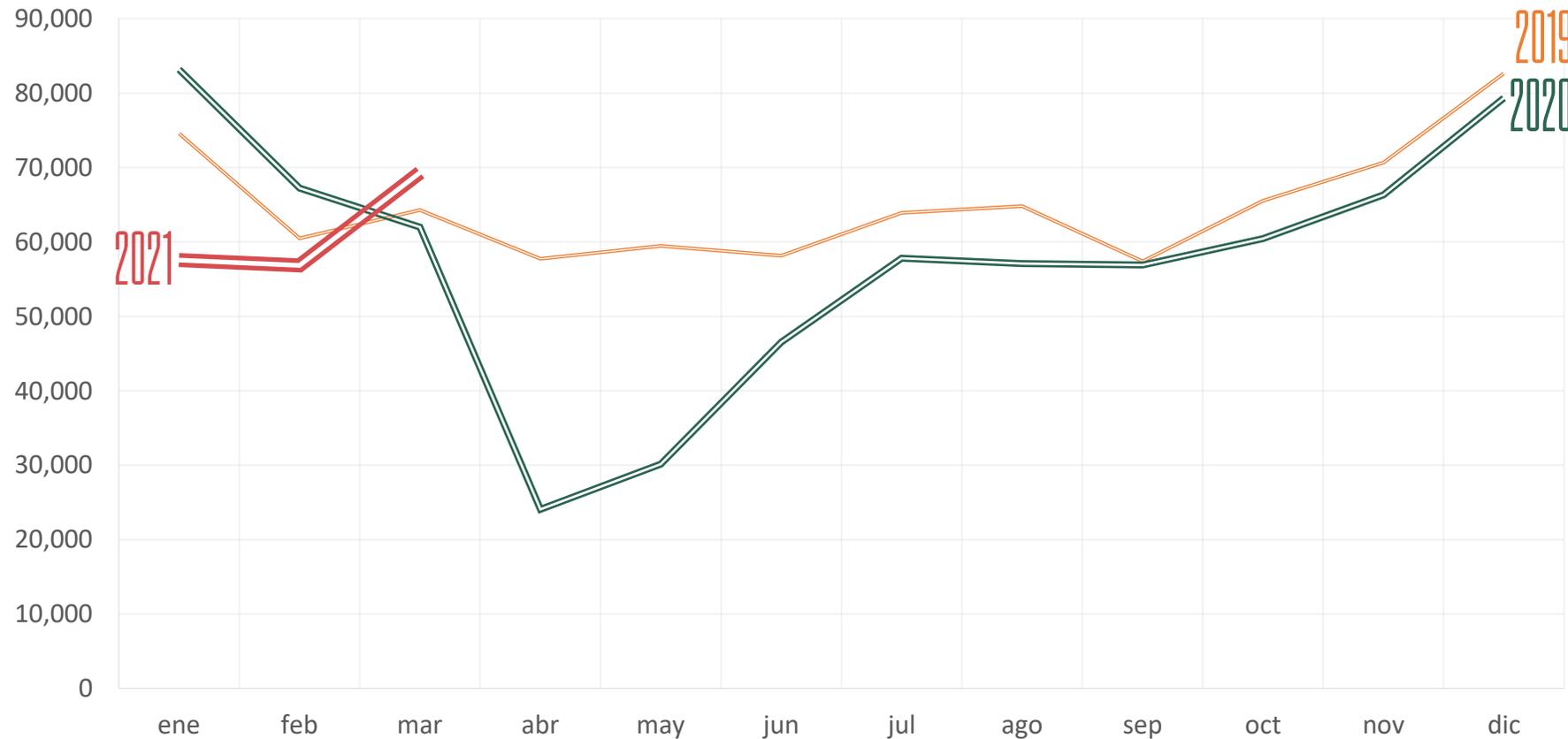
Promociones

- Estrena hoy y empieza a pagar en los siguientes meses.
- Si te quedas sin empleo devuelve el vehículo y te regresamos el enganche.
- Mensualidades gratis.
- Paga en 90 días.
- Comisión por apertura gratis, bonos flexibles, seguros gratis, **mantenimientos gratuitos.**



Tendencia del financiamiento autos nuevos

FINANCIAMIENTO DE AUTOS



- Crecimiento de colocaciones de crédito (financiamiento) del 12% durante el mes de marzo 2021.
- Pronostico de financiamiento anual entre 2% y 4% por arriba del 2020.

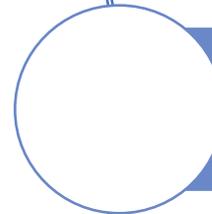


Puntos a destacar

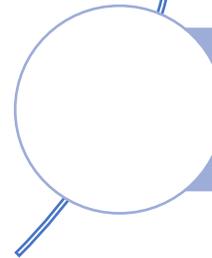
EXPERIENCIA DE USUARIO



Agilidad y velocidad de respuesta



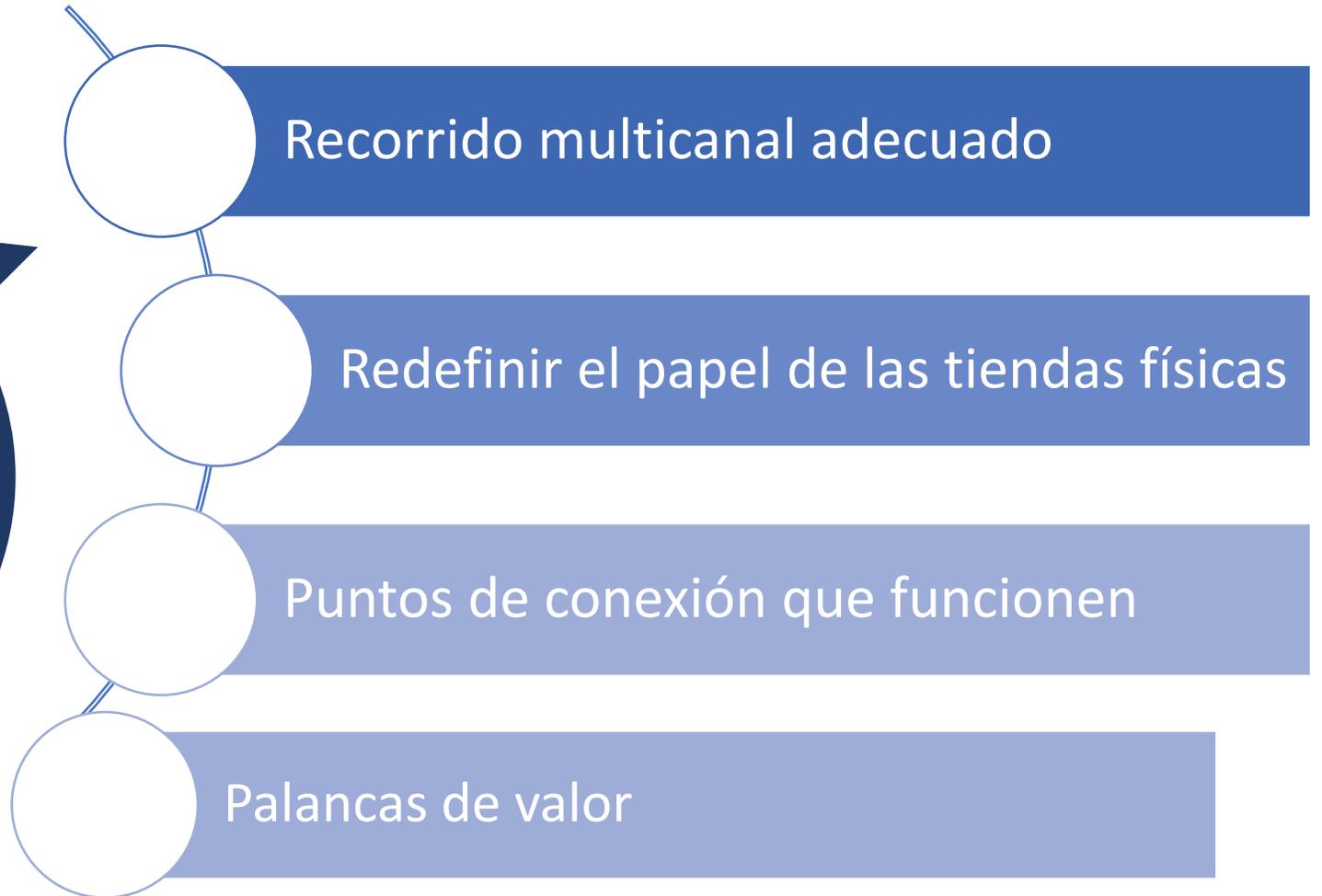
Empatía o conocer al cliente final



Conocimiento de la marca y de la competencia.



OMNISCANALIDAD



Ejemplo VW

Debido a la baja afluencia de compradores a las salas de exhibición. VW Australia implementó esta estrategia de marketing creando mini dealers en sitios abiertos ofreciendo una experiencia virtual desde sus celulares.

Pueden revisar esta nota y conocer más del sector automotriz suscribiéndose a nuestro newsletter o escanando el siguiente código QR:



<https://youtu.be/PbSuiYAqEXI>

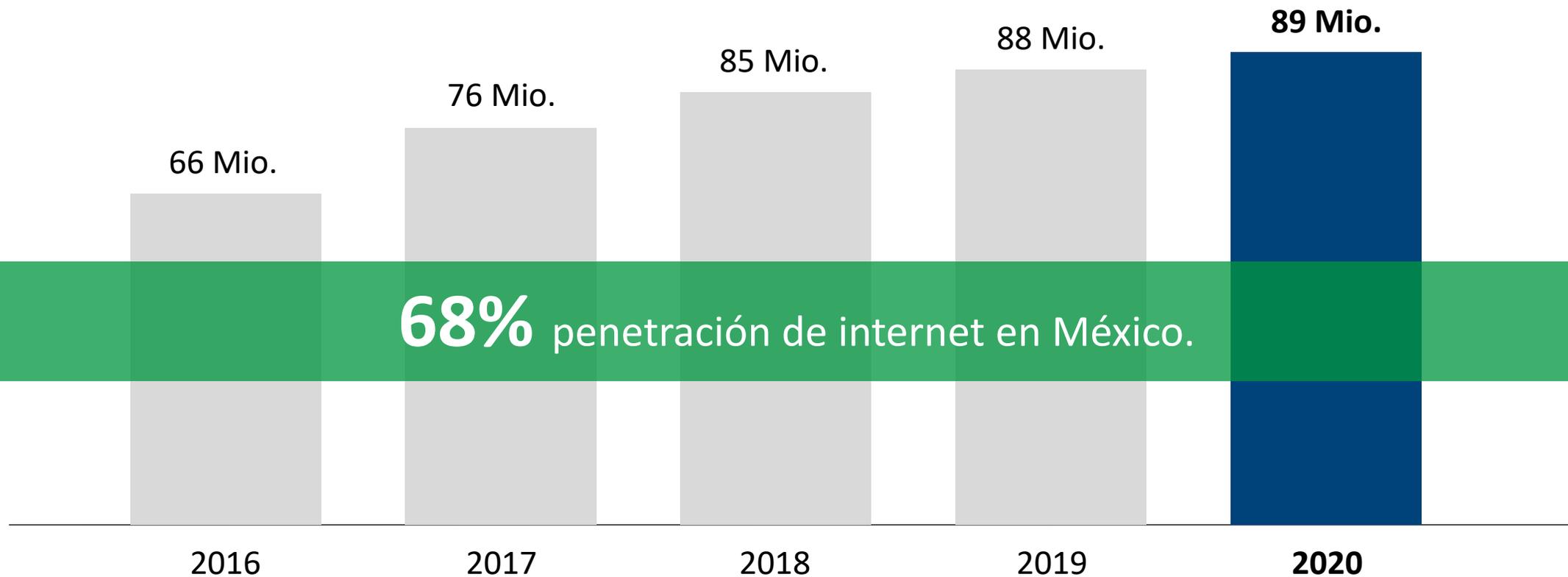


Giancarlo Lombardo
Director ANGCW



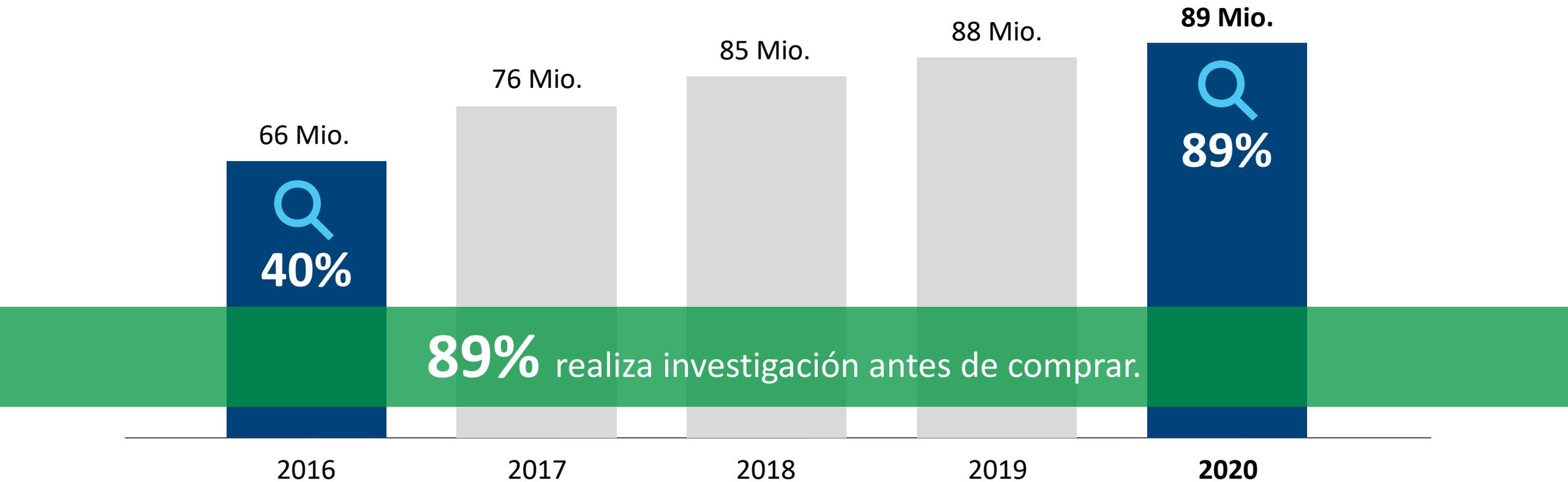
El mundo digital en México

- Más de la mitad de la población es hoy internauta.



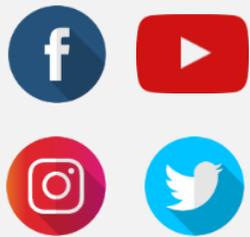
Consumo Digital

¡La cifra más impactante!



Consumo Digital

¿Dónde investigan y descubren nuevos productos o servicios?



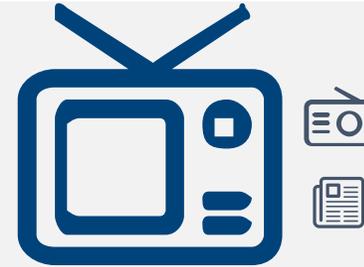
1

Redes Sociales



2

Buscadores
(+95% Google)



3

TV y Otros
medios Offline



4

Recomendación

¿Cuál es el **Reto** con un comprador más preparado?

Retos

Acciones clave en la atención.



Atención
Rápida



Comunicación
Efectiva



Material
Multimedia



JatoFlex

Proceso
Práctico

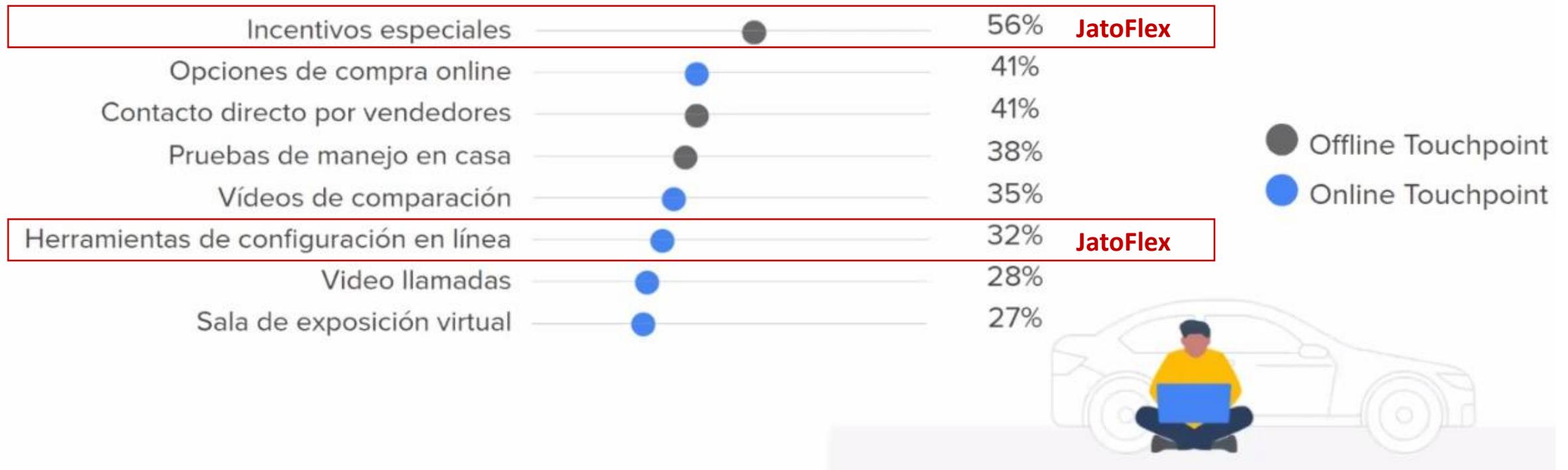


Experiencia
Única

Seguimiento Oportuno

Expectativas de los clientes durante la crisis de COVID

Principalmente, los compradores esperan incentivos, pero la experiencia de compra también será más digital.



Source: Google Gearshift 2020 // Base: All new car purchasers n = 500 // QC01: We are currently facing a critical global situation due to COVID-19. What would you expect as a car purchaser from vehicle dealers and manufacturers in this situation?

JatoFlex

FLEX, es la única herramienta en México enfocada a incrementar el cierre de ventas digitales de automóviles.

Adicionalmente permite a la fuerza de ventas eficientar los tiempos de investigación, ya que toda la información está concentrada y no tienen que consultar en diferentes sitios de internet o fuentes de información.

Las características de la herramienta son las siguientes:

- ***Especificaciones***

- Permite realizar comparativos de especificaciones de todas las versiones que se comercializan en México, incluye un histórico desde 2005.

- ***Incentivos***

- Permite analizar la oferta comercial mensual de las diferentes marcas (contado y financieras de marca), bonos, tasas de interés, enganches, comisión por apertura de crédito, etc.

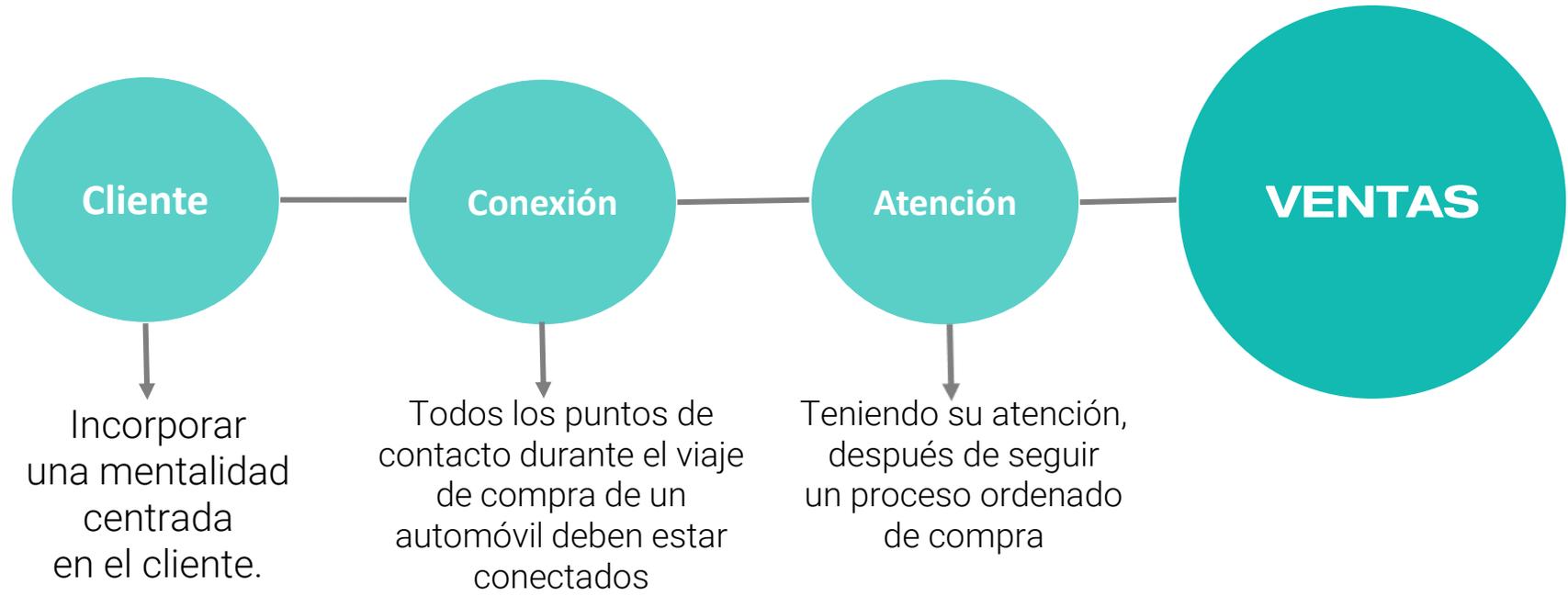
- ***TCO (Costo Total de Propiedad)***

- Ayuda a tener argumentos de valor para apoyar al cliente en la toma de decisión de compra, considerando el costo que tendría posterior a la compra de la unidad.

- ***Calculadora Financiera***

- Cuenta con una calculadora financiera, la cual permite realizar corridas financieras para que el cliente tenga una idea de lo que tendría que pagar por la unidad.

Conclusiones



ANCGVW



comscore

¡MUCHAS GRACIAS POR ACOMPAÑARNOS!

Si requieres mas información sobre herramientas que te ayudarán
en este proceso digital escanea este código QR.



ANCGVW



comscore