Studiu EY: Regândirea retailului auto pe măsură ce tinerii continuă să se îndepărteze de reprezentanţe

- **37% din Generația Z ar prefera să cumpere o mașină online**
- **66% din toate grupele de vârstă folosesc instrumente online pentru a cerceta oferta înainte de achiziție**
- **Concesionarul este în continuare important pentru majoritatea cumpărătorilor de mașini, dar este în curs o schimbare demografică**

Viitorul reprezentanțelor auto va avea nevoie de o reproiectare digitală, pe măsură ce generațiile următoare se vor muta din ce în ce mai mult online, atunci când vine vorba de achiziționarea de vehicule.

Potrivit informațiilor din retail, rezultate din cel mai recent studiu EY Mobility Consumer Index (MCI), care a chestionat 13.000 de cumpărători de automobile din 18 țări, 37% dintre respondenții din Generația Z ar prefera să își cumpere vehiculul online. Doar 13% dintre baby-boomeri spun același lucru, iar procentul crește pentru fiecare generație, cu 20% pentru Generația X și 28% pentru mileniali.

Studiul arată, de asemenea, că instrumentele online de cercetare pentru achiziționarea unui vehicul reprezintă în momentul de față o parte esențială și în creștere a procesului de achiziție, 66% dintre toți cumpărătorii de automobile folosindu-le pentru a aduna informații despre achiziția lor (65% din Generația Z, 69% din mileniali, 66% din Generația X și 60% din baby boomeri).

Cristian Cârstoiu, Partener, Consultanţă, Chief Innovation Officer, EY România: *„Odată cu accelerarea tendinței de achiziție online, observăm și schimbări în comportamentul clienților care țin de cumpărarea de obiecte mai personale, precum ceasuri, mașini sau case. Achiziția unei mașini implică mai multe etape, uneori împletind experiențele fizice cu cele online. Așteptarea de a avea experiențe digitale pentru tot ceea ce nu implică atingere fizică devine norma (acces omniprezent la date, la varianta digitală al mașinii și, în curând, plimbări cu mașina în metavers), iar dealerii care vor oferi acest lucru generației Z vor fi câștigătorii în noua arenă auto*“.

În timp ce datele arată în continuare că mai mult de jumătate dintre cumpărători (57%) intenționează să își cumpere următoarea mașină de la un dealer, consumatorii sunt din ce în ce mai deschiși la utilizarea unor instrumente digitale rapide și convenabile pentru cel puțin o parte din procesul de achiziție. 63% dintre cumpărătorii de vehicule electrice (EV) spun că ar fi interesați să rezerve online un test drive și să calculeze prețul unei mașini noi (61%), de exemplu, în timp ce 52% ar folosi un configurator online pentru a explora specificațiile unei mașini.