



A la hora de comprar un coche, los jóvenes acuden a internet antes que al concesionario

Lunes, 01 de Julio de 2013 10:32



Cuando los veinteañeros se ponen en marcha para comprar un coche, les gusta pedir ayuda a sus amigos, a sus amigos de Facebook. La generación más joven de compradores de automóviles prefieren acudir antes a las redes que a los concesionarios, según revela un estudio de eBay Motors.

Redacción Faconauto.com Más de 9 de cada 10 integrantes de la generación milenio, los hijos de los miembros de la generación Y, nacidos entre los años 1980 y 2000, acuden a internet a la hora de comprar un nuevo vehículo de motor, según el estudio de eBay. Pero no es algo único de ellos. Un estudio distinto ha encontrado que la mayoría de los compradores se dirigen primero a internet para comenzar el proceso de compra, y más de la mitad se verán fuertemente influidos por lo que sus amigos puedan llegar a decir en Facebook. "Cada es más importante para los vendedores de automóviles asegurarse de que llegan a los consumidores cuando, como y donde ellos quieran, lo que hoy significa online y móvil", dice Kristine Chin, directora de vehículos en eBay Motors. El estudio de eBay arroja, entre otros, los siguientes datos: 94% de los "millennial" compradores de automóviles buscan información online; Más de un tercio usan dispositivos móviles para hacer esas búsquedas, comparado con el 19% de los compradores de más edad; Sólo el 13% de los "millennial" prefieren acudir a un concesionario como método preferido de compra, mientras que el 25% de los compradores de más edad optan por esa opción.

El estudio también muestra que los "millennial" se encuentran más cómodos que las generaciones anteriores, en el uso de dispositivos móviles a la hora de realizar búsquedas de información pensando en una posible compra. Uno de cada uno llega a afirmar que si pudieran hacerlo, todo el proceso de compra lo realizarían a través de uno de estos dispositivos móviles, según detalle el estudio de eBay Motors. Pero los Millennials no están solos. El estudio ha encontrado que dos de cada tres conductores afirman que la tecnología está cambiando la forma en la que compran automóviles. Este dato coincide con el estudio de tendencias en medios sociales y reputación para el sector automoción realizado en EE.UU. por Digital Strike, y que muestra que un 81% de los compradores leen evaluaciones y comparativas online antes de comprar un vehículo, una cifra que ha crecido notablemente en los últimos seis meses. Un 24% de los entrevistados indicaron que los comentarios y opiniones online era el elemento individual "más útil" en la toma de decisión final en la compra de un vehículo. Según este último estudio, "hay un 59% de probabilidades de que un consumidor confíe más en el comentario en Facebook de un amigo que los comentarios en otras páginas online". Además, este estudio encontró que el 43% de los entrevistados dijeron que usarían Facebook también para encontrar un concesionario.