

Il settore **Automotive** in Italia

Ricerca sulla reputazione online delle concessionarie

Indice

■ **Presentazione dello studio**

- Introduzione
- Brand analizzati
- Analisi della concorrenza
- L'importanza delle recensioni nel percorso d'acquisto del cliente

■ **Migliorare la propria reputazione**

- Barometro delle recensioni Google
- Review Management: come gestire al meglio le recensioni dei clienti?
- Come ottenere nuove recensioni?

■ **Essere trovati ed essere scelti**

- L'impatto delle recensioni
- Come sconfiggere la concorrenza?
- L'importanza dell'ottimizzazione delle schede Google
- L'impatto delle foto sulla SEO locale

■ **Caso di successo: Stellantis**



SOMMAIRE

Presentazione dello studio

Introduzione

Questa ricerca firmata Partoo è nata con lo scopo di analizzare la presenza e reputazione online di alcune concessionarie italiane, ed è indirizzata a tutti coloro che lavorano in un'azienda nel settore Automotive all'interno di un team Marketing, Sales o Growth.

Quali sono le concessionarie con una buona reputazione online
Come strutturare una strategia digitale efficace

Leggi attentamente la guida per..

- Posizionarti meglio online rispetto alla concorrenza
- Identificare i margini di miglioramento e agire per correggerli
- Comprendere l'importanza delle schede Google della tua rete
- Ricevere i consigli di Partoo

**Tutti i dati analizzati in questo studio sono stati estratti a Settembre 2023.*

Metodologia

Raccolta dei dati analizzati

Utilizzando l'estrazione API (Application Programming Interface), abbiamo raccolto i dati di Google Business Profile per ciascuno dei 10 brand selezionati per questo studio.

Per ogni brand, abbiamo analizzato:

- Il numero di recensioni per concessionaria
- La valutazione media per concessionaria
- Il livello di completamento delle informazioni presenti sulle schede

Qualche cifra chiave:

10



Brand analizzati

1 658



Concessionarie

274K



Recensioni analizzate

4,3/5



Valutazione media



Mercedes-Benz



SUZUKI



MAZDA



JAGUAR



HYUNDAI

Brand analizzati



Analisi della concorrenza

Uno degli obiettivi di questo studio è misurare i progressi del settore automobilistico in termini di e-reputation e SEO locale. A tal fine, abbiamo confrontato le prestazioni dei 10 brand selezionati su una serie di indicatori chiave: valutazione media, numero di recensioni per concessionaria, completamento delle schede Google My Business, ecc.

L'obiettivo è quello di essere il più esaustivi possibile per aiutarti a identificare i margini di miglioramento rispetto alla concorrenza.

Sebbene ci sia ancora molto da perfezionare per quanto riguarda la e-reputation dei negozi *automobilistici*, in particolare in termini di valutazione media, gli attori del settore stanno facendo progressi. C'è una crescente comprensione delle problematiche legate alle recensioni dei clienti e del loro impatto sul comportamento d'acquisto.

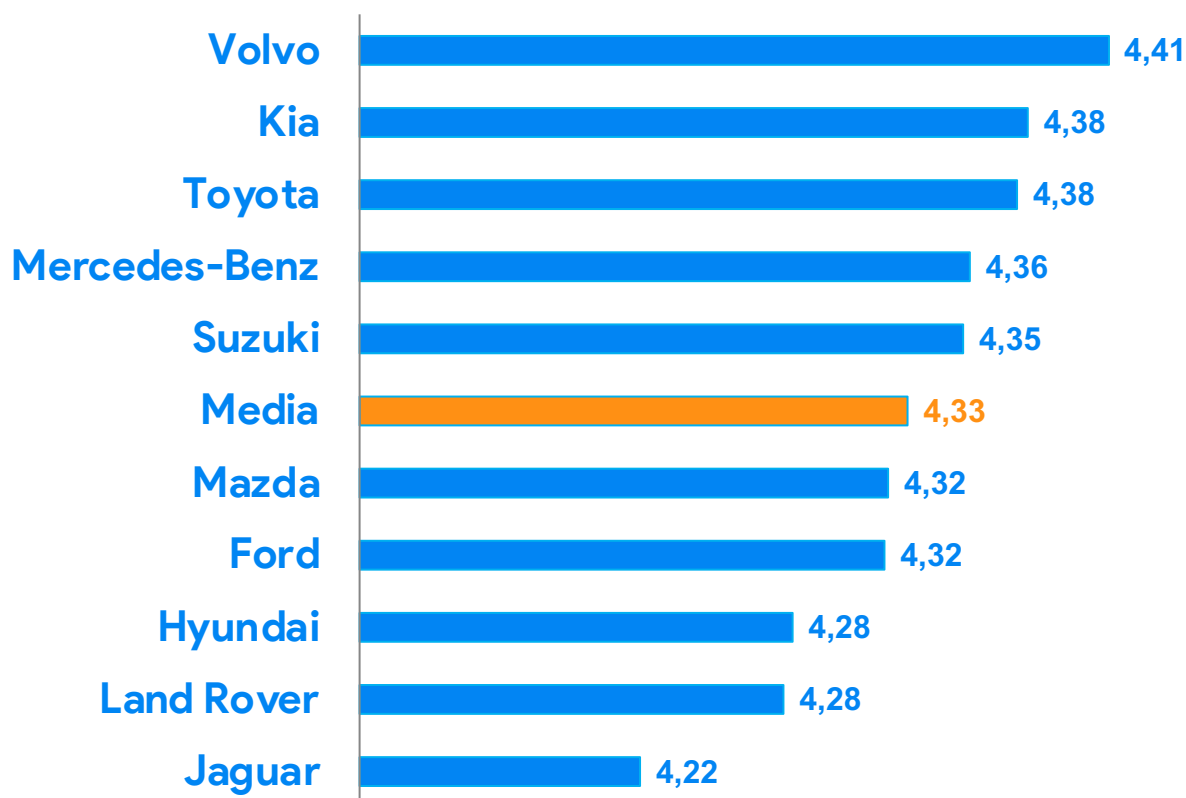
Questo vale anche per l'ottimizzazione delle schede Google, che spesso sono piuttosto complete, nonostante non siano state ancora sfruttate tutte le loro funzionalità... C'è ancora molto da imparare e mettere in pratica, sulla base di una strategia ben affinata.

Il numero medio di recensioni per negozio **(165)** è molto soddisfacente, in primis le concessionarie Toyota, che ne hanno più di 320. Un risultato eccezionale in questo settore.

Valutazioni medie per brand

Più alta è la valutazione, maggiore è la possibilità che le concessionarie appaiano nei risultati di ricerca. Inoltre, il 76% degli italiani ritiene che le recensioni abbiano un impatto diretto sul loro processo decisionale. È un elemento imprescindibile quando si tratta di scegliere un brand piuttosto che un altro.

La valutazione media dei brand analizzati è di **4,3/5**



TIPS!

A Google interessa che il proprio servizio sia di qualità, ed è per questo che indirizza i propri utenti su attività e locali che molto probabilmente potranno soddisfarlo. L'algoritmo di Google mostra nei primi risultati le aziende che hanno una buona reputazione online, basandosi sulla valutazione media delle recensioni, i tassi e i tempi di risposta. **L'87% degli utenti reputa che un voto inferiore alle 3 stelle sia inaccettabile.**

Importanza delle informazioni

Più della maggioranza delle persone sceglie il concessionario al quale rivolgersi, tra quelli che Google propone nel Local Pack.

Il Local Pack è il blocco di informazioni localizzate che include tutte quelle attività, nei paraggi dell'utente, in grado di soddisfare in maniera mirata le sue esigenze. Un tempo composto da un numero maggiore di risultati, oggi il Local Pack di Google è anche conosciuto come Local 3-Pack, perché mostra in maniera estesa solamente i primi tre risultati classificati come più pertinenti.

Perché è importante riuscire ad essere presenti nel Local Pack?



Il 65% degli utenti di Internet si ferma al famoso Local Pack.

Come ottenere un posto privilegiato nel Local Pack?

E' necessario fornire a Google le informazioni corrette della struttura, ed è importante che quest'ultime siano uguali in tutti gli altri siti (Facebook, Waze, ..).

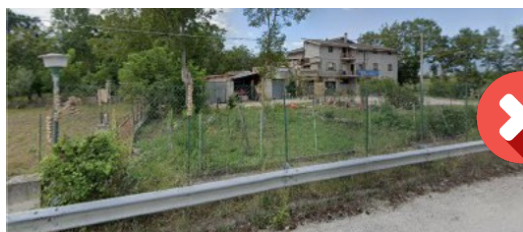
Ecco quali sono i passaggi base da seguire:

- ✓ **Rivendicare le schede.** Se la scheda Google non è gestita dal proprietario, qualsiasi utente può modificare le informazioni (correndo il rischio di inserirle non corrette).
- ✓ **Inserire gli orari di apertura.** Aggiornare gli orari di apertura, così come gli orari straordinari (vacanze, giorni festivi, ecc.) è importantissimo per evitare che gli utenti rimangano delusi nell'arrivare davanti ad un concessionario chiuso.
- ✓ **Specificare categorie/attributi.** L'aggiunta di categorie è essenziale per assicurare la pertinenza delle ricerche. Ogni scheda Google può contenere fino a 10 categorie: 1 principale e 9 secondarie.
- ✓ **Aggiungere foto.** Le schede con foto hanno circa il 35% di click in più rispetto a quelle che non ne hanno. Inoltre, se non caricate nessuna foto sulla vostra scheda Google, lo farà Google al posto vostro; e la vostra sede sarà rappresentata da un'immagine qualsiasi di Google Street View o da una foto aggiunta da un utente.

Andiamo a comparare due schede Google.

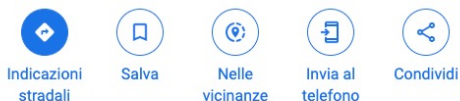
La prima è di **Mazda**: sotto la voce indirizzo troviamo la scritta «*Rivendica questa attività*»: questo significa che nessuno l'ha rivendicata e Mazda non è il proprietario ufficiale. Gli utenti in questo modo potranno inserire qualsiasi informazione. Inoltre, quasi tutte le informazioni base che abbiamo elencato prima non ci sono. Risultato? Quando effettueremo una ricerca indiretta, non troveremo questa scheda nel Local Pack.


La seconda è di **Jaguar** (cliente Partoo): in questo caso la scheda è di proprietà di Jaguar, sono presenti un centinaio di recensioni di clienti, la scheda ha una valutazione media molto buona, possiamo consultare gli orari d'apertura, i contatti telefonici e link secondari.



Mazda




Rivenditore di auto



- 67035 Pratola Peligna AQ, Italia
- 3VVV+77 Pratola Peligna, Provincia dell'Aquila, Italia
- Invia al telefono
- Rivendica questa attività 
- Aggiungi un'etichetta

 Suggestisci una modifica

Aggiungi info mancanti 

- Aggiungi numero di telefono del luogo 
- Aggiungi orari 
- Aggiungi sito web 



**LARIO MI AUTO Centro Approved
Jaguar Land Rover | Milano Agrippa**

4,7 ★★★★★ (104) · Concessionario Land Rover a Milano, Italia 



 Sito web  Indicazioni  Salva  Chiama

Panoramica

Recensioni

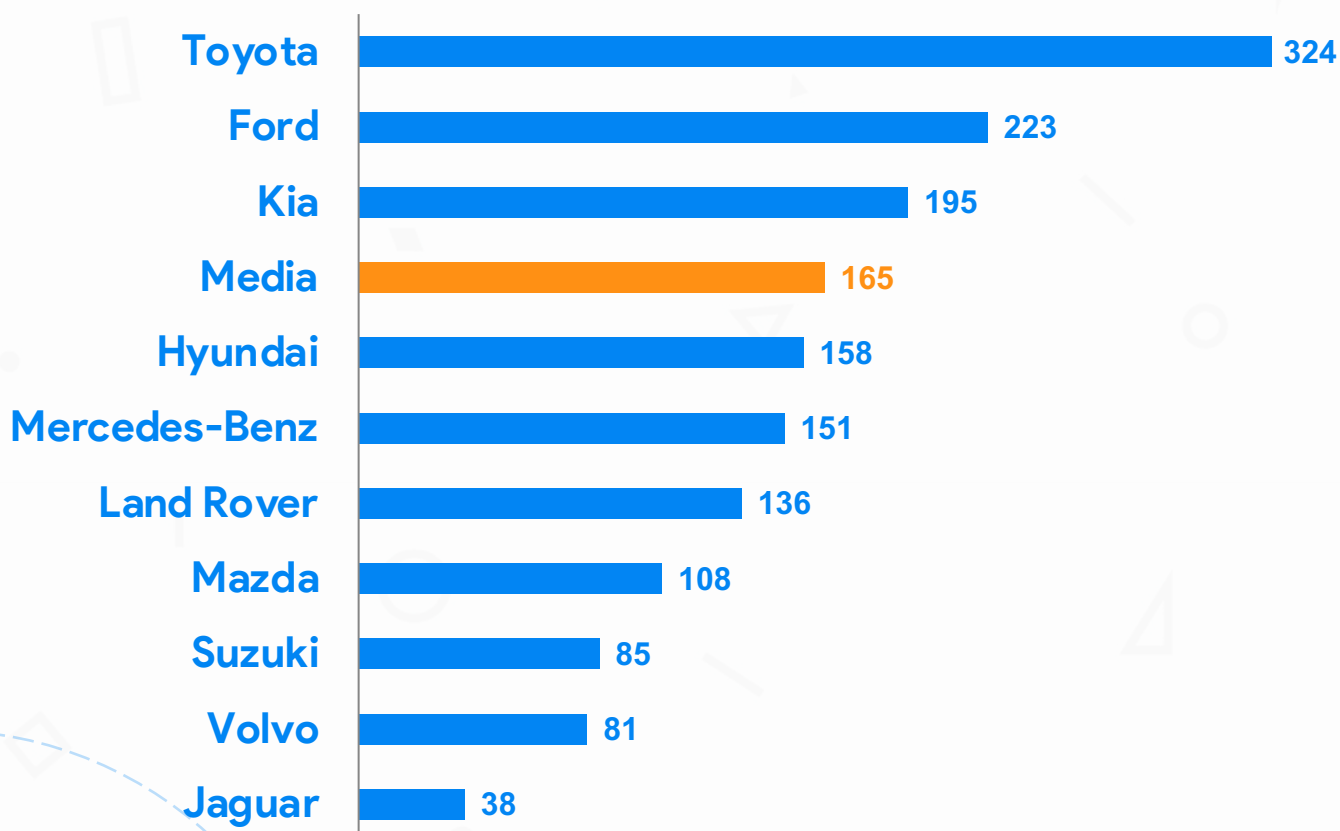
- Opzioni di servizio:** Acquisti in negozio 
- Indirizzo:** Piazza Agrippa, 9, 20141 Milano MI, Italia 
- Aree coperte dal servizio:** Città Metropolitana di Milano e aree limitrofe
- Orari:** Aperto · Chiude alle ore: 19 · Altri orari 
- Reperti:** Honda LARIO MI AUTO | Concessionaria Milano Agrippa
- Telefono:** +39 02 8480 0813 
- Appuntamenti:** mobility.it 

Fornitori 

Numero di recensioni

Come la valutazione media, anche il numero di recensioni ricevute influisce sulla percezione che gli utenti hanno dei tuoi punti vendita. Per Google, si tratta di un fattore fondamentale di SEO.

Media di recensioni per negozio nel 2023



L'importanza delle recensioni nel percorso del cliente



Tommaso P.



Questo negozio in teoria è aperto dalle 11.00 alle 19.00, ma abbiamo aspettato per un'ora una commessa che a quanto pare era andata in pausa pranzo. Inaccettabile!



Chiara L.



Consiglio questo negozio al 200%. Le ragazze sono molto accoglienti, si prendono il tempo di consigliarti, sono davvero gentili e sempre sorridenti!



76% degli utenti legge le recensioni dei negozi in cui si vogliono recare successivamente *

Questa tendenza è ancora più marcata tra i 18-34enni, **tutti leggono le recensioni sistematicamente prima di recarsi in un negozio.**

Migliorare la propria reputazione online

Review Management: perché è così importante

Gli utenti si confrontano con le recensioni dei clienti durante tutto il loro processo decisionale. Si tratta di un fattore decisivo nelle decisioni di acquisto.

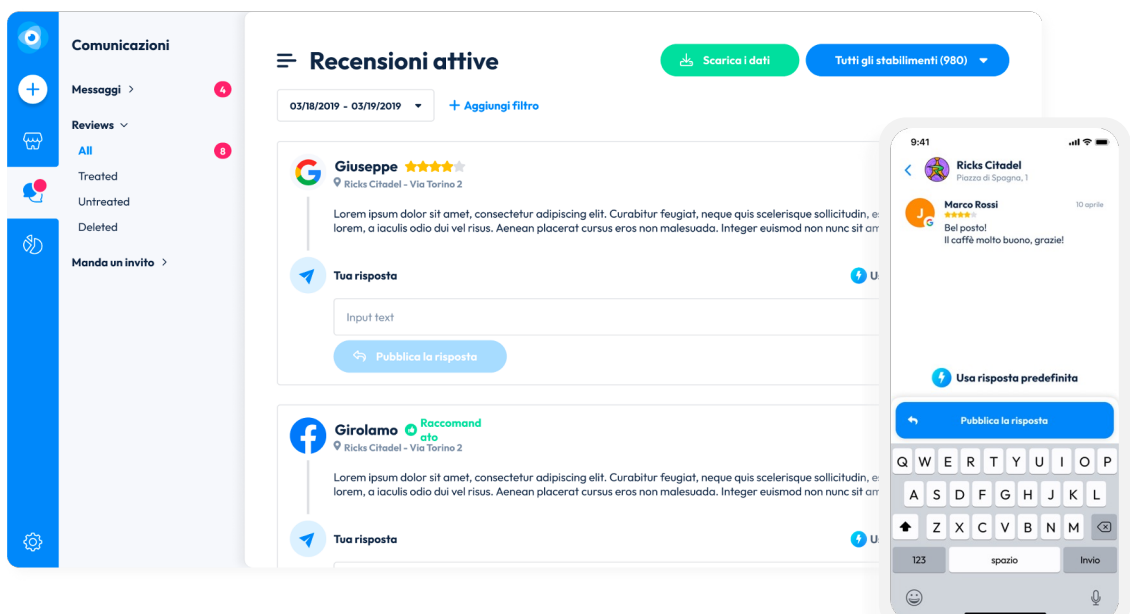
Ma come incoraggiare i visitatori soddisfatti a lasciare una recensione? E come puoi gestire in modo metodico tutte le recensioni delle tue concessionarie? Uno strumento di "Review Management" è un alleato prezioso.

E ti permetterà di:

- Centralizzare e gestire tutte le tue recensioni su un'unica piattaforma, in sede o localmente
- Essere avvisato/a per ogni nuova recensione e rispondere in pochi clic
- Analizzare la tua e-reputation e misurare il progresso grazie a dei rapporti di performance
- Adottare le misure necessarie e monitorare i risultati

3 consigli per gestire al meglio le tue recensioni

1. Rispondere a tutte le recensioni, che siano positive o negative
2. Rispondere in modo personalizzato quando possibile. È molto più apprezzato rispetto alle risposte generiche copia-incolla
3. Sfruttare le recensioni per migliorare l'esperienza dei clienti. Leggi quelle negative per identificare i margini di miglioramento e le azioni da adottare in negozio.



Come ottenere nuove recensioni dai clienti?

Per raccogliere facilmente nuove recensioni positive, ti consigliamo di inviare degli **SMS ai tuoi clienti soddisfatti** o di posizionare dei **QR code** in cassa.



Perché il QR code?

Il QR è entrato nella quotidianità degli italiani. Si tratta specialmente del modo preferito dai 25-34enni per lasciare una recensione.

I vantaggi principali sono:

- È facile da posizionare
- Si usa in modo rapido

Perché gli SMS?

Se hai già il numero di telefono dei tuoi clienti, l'SMS è uno degli strumenti più efficaci per ottenere nuove recensioni.

I vantaggi principali sono:

- L'**elevato tasso di apertura** (94%)
- L'**alto tasso di conversione**: 50% di conversione in seguito a una richiesta per SMS

Buongiorno Gabriella,

Grazie per la sua visita in negozio. Ci lasci una recensione cliccando sul seguente link:

<https://pto.sh/u/WXYZA>

Grazie e a presto!

TIPS

Avete bisogno di una mano per ricevere più recensioni dai clienti? La nostra soluzione **Review Management** può esserti di grande aiuto. Clicca [qui](#) per maggiori informazioni!



**Essere scelti
rispetto alla
concorrenza**

Gli italiani e le recensioni online

Ad aprile 2023, abbiamo pubblicato uno studio dedicato all'influenza delle recensioni sul comportamento di acquisto degli italiani. L'obiettivo? Aiutare le aziende a comprendere meglio i loro clienti e «battere» la concorrenza.

Lo studio, realizzato in collaborazione con Episto, si basa sulle risposte di 1100 italiani di tutte le età.



Ecco qualche cifra chiave:

76% Afferma che le recensioni hanno un impatto sulle loro decisioni

99% Non si recherebbe in un negozio con meno di < 3 stelle

51% Legge regolarmente le recensioni

88% Usa Google per leggere le recensioni



Per leggere lo studio completo clicca [qui](#)

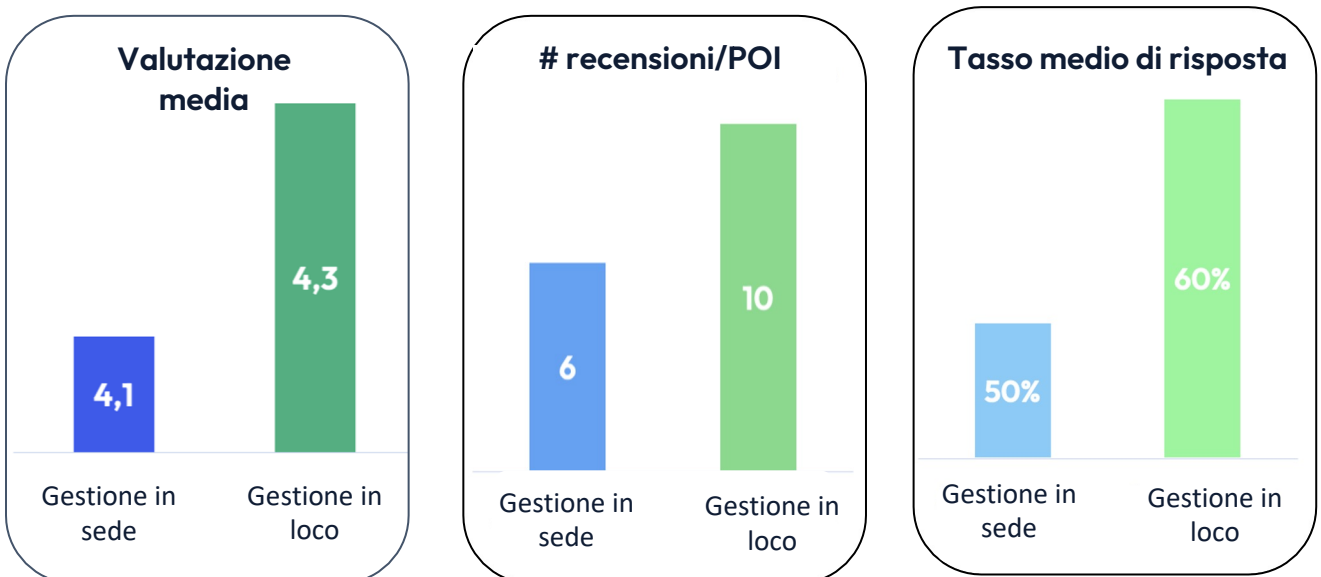
Delegare le recensioni ai team locali

Chi gestisce le recensioni dei clienti? Un team in sede dedicato? O il personale del negozio? Noi di Partoo riteniamo che la seconda opzione presenti alcuni interessanti vantaggi.

Gli store manager sono nella posizione migliore per rispondere alle recensioni dei clienti. Conoscono meglio di chiunque altro la realtà sul campo e i problemi dei clienti. È anche un'opportunità per migliorare il modo in cui vengono gestite le recensioni e i tempi di risposta.

Ma attenzione: per far sì che tutto ciò funzioni, è necessario formare i team locali e chiarire loro quali sono le tue aspettative. Senza una strategia, delle istruzioni e uno strumento dedicato alla gestione delle recensioni, i risultati potrebbero non essere all'altezza.

Confrontiamo i risultati dei nostri clienti, con o senza l'uso di Review Management a livello locale:



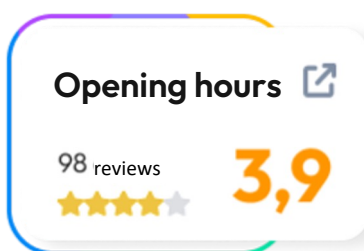
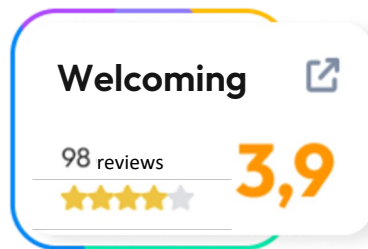
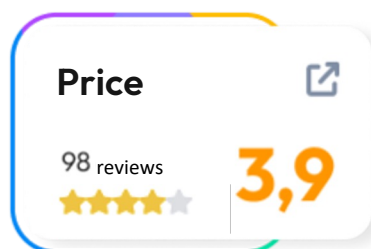
Comprendere meglio i tuoi clienti

Studiare le recensioni, soprattutto quando sono negative, ti aiuterà a capire meglio i tuoi visitatori e a prendere le misure necessarie per migliorare.

Facile sulla carta, un po' meno nella realtà. Le tue concessionarie ricevono un gran numero di recensioni e gestirle, che sia a livello centrale o locale, potrebbe essere troppo impegnativo.

Ecco perché abbiamo lanciato il **Review Tagging** sulla piattaforma Partoo: una recente funzione che ti permette di classificare le recensioni in base a criteri di vostra scelta. In questo modo è possibile:

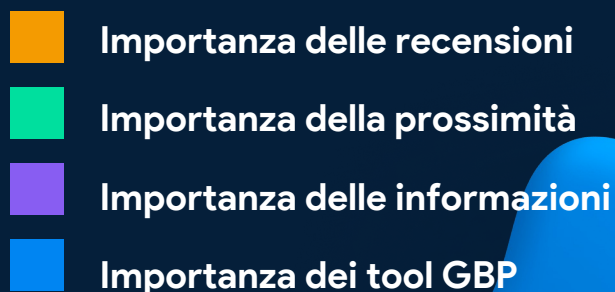
- ✓ **Classificare** le recensioni in base agli aspetti chiave dell'attività (prezzo, orari...)
- ✓ **Analizzare** i punti forti e i margini di miglioramento più facilmente
- ✓ **Prioritizzare** il lavoro e assegnare incarichi adeguati





**Essere trovati e
scelti dagli
utenti**

I fattori di posizionamento



Richieste di itinerario

519

È la media delle **richieste di indicazioni** per le concessionarie e i centri di riparazione auto dei nostri clienti

I click sulle richieste di itinerario sono tra le call-to-action più significative, in quanto sono sinonimo di Drive-to-Store. Da un sondaggio svolto quest'anno (Consumer Study 2023 – Partoo x Episto), si evince che:

36%

dei consumatori si reca nello store fisico lo stesso giorno

33%

dei consumatori si reca nello store fisico entro 7 giorni

A partire da una scheda Google, un utente ha 4 possibili canali di contatto con un'attività:

- Attraverso il **sito internet** con un link per prendere appuntamento
- Per **telefono**
- Attraverso una **richiesta di itinerario** su Google Maps per recarsi direttamente al punto vendita
- Con **Google Business Messages** se hai attivato la funzionalità

TIPS!

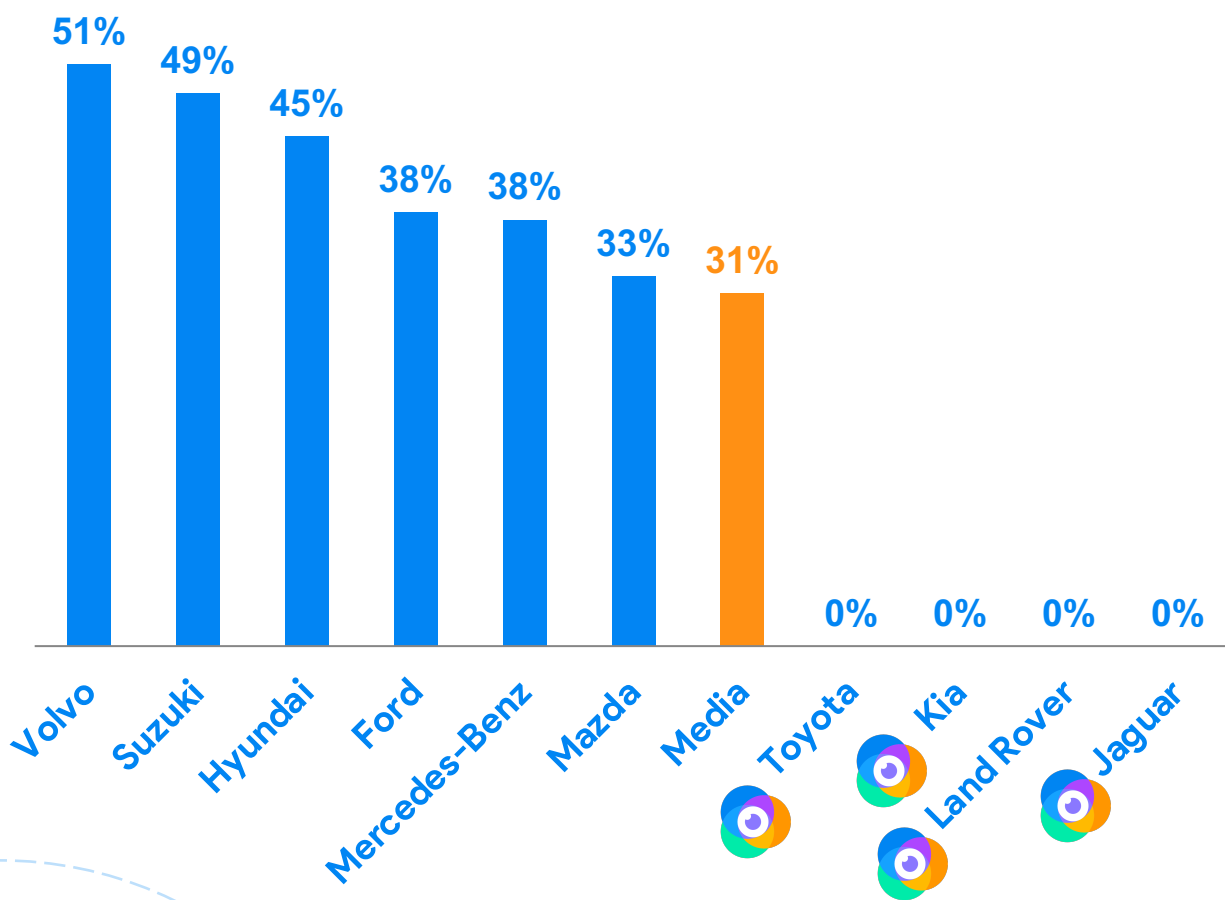


Dalla tua interfaccia Partoo hai accesso a diverse statistiche sulla tua rete e i tuoi punti vendita. Naturalmente, tracciamo e analizziamo i KPI esaminati in questo studio.

L'impatto delle foto sulla SEO locale

Il numero e la qualità delle foto pubblicate sulle tue schede è un **criterio SEO fondamentale** per Google.

Il grafico qui sotto indica la **percentuale di punti vendita per brand con meno di 5 foto**.



+42%

Di clic supplementari sulle richieste di itinerario sulle schede con foto



Caso di successo di un cliente



STELLANTIS



Testimonianza:

«Partoo ci offre un servizio di qualità. Ci aiuta ad aggiornare le informazioni di tutti i concessionari su qualsiasi piattaforma online e inoltre, tramite il prodotto **Messages**, ci permette di gestire in maniera molto più efficiente le conversazioni con i clienti.

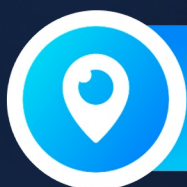
Se analizziamo il volume delle interazioni prima e dopo Partoo, notiamo un aumento di **8 volte** del numero di conversazioni/di messaggi ricevuti in sole 9 settimane. Vi dirò di più: il 61% dei messaggi sono intenzioni d'acquisto.»

- Valérie Rzasnicki, Marketing & Digital Director

[Leggi l'articolo](#)

[Guarda le nostre testimonianze clienti](#)

Come può aiutarti Partoo



GET FOUND



Presence management

- Multi-diffusione
- Ottimizzazione
- Social network



Store locator



GET CHOSEN



Review

- Centralizzazione
- Modelli di risposta
- Booster delle recensioni



Messages

Contatti



Filippo Fiori

Head of Sales Italy

Filippo.fiori@partoo.it

Federica Tomasini

Marketing Manager Italy

Federica.tomasini@partoo.it

