Comprar un SEAT en cinco clics

Motor | 21/04/2018

SEAT llega al país escandinavo con un formato de distribución omnicanal basado en una plataforma de eCommercejavascript:void(0)

SEAT continúa su expansión internacional y desembarca en Noruega, un país de referencia en nuevas tendencias y movilidad del futuro. La compañía pone en marcha innovadores conceptos de distribución y ofrece una experiencia de compra ininterrumpida y centrada en el cliente.

La estrategia planteada se enmarca en el objetivo de la compañía de hacer de SEAT Noruega un referente en materia de transformación digital. Noruega es uno de los países europeos más digitalizados y pionero en el desarrollo de tendencias emergentes. Este escenario convierte al mercado en el lugar idóneo para proponer soluciones innovadoras y probar nueva iniciativas que pretenden mejorar la experiencia de compra de los usuarios.

El propósito de SEAT es estar donde se encuentren los clientes, adaptarse a su estilo de vida y proporcionarles soluciones de movilidad que encajen con sus necesidades. El elemento clave del sistema de distribución es una plataforma online de eCommerce que permite a los usuarios comprar un coche las 24 horas del día, los 365 días del año.

El diseño fácil e intuitivo del uso de la plataforma permite al usuario concluir la operación en 10 minutos siguiendo 5 clics:

Después de elegir el modelo preferido, el cliente:

1. Selecciona el acabado: FR, XCellence o Style.

2. Elige el motor que más se adapte a sus necesidades.

3. Escoge el color deseado.

4. Añade accesorios si así lo desea.

5. Concluye la operación de compra y confirma el apropiado producto financiero.

Esta plataforma cuenta con el apoyo de un centro de atención telefónica al consumidor que opera como único interlocutor y desdibuja la frontera entre ventas y actividades posventa.

Gracias a esta experiencia omnicanal, SEAT está preparada para dar respuesta a las expectativas del cliente de hoy y da un paso más en su objetivo de convertirse en referente en la digitalización de la industria del automóvil. En ese sentido, el vicepresidente comercial de SEAT, Wayne Griffiths, ha asegurado que “Noruega va a significar una gran apuesta para SEAT y un proyecto que servirá de incubadora para el desarrollo de soluciones para el resto de mercados”. Griffiths también ha señalado que “la implantación de la plataforma eCommerce responde a la necesidad de ofrecer productos y servicios atractivos para nuestro público, 10 años más joven que la media del sector”.

Tiendas urbanas que complementan la experiencia digital

Los Brand Experience Centres que SEAT inauguró ayer en Oslo, Bergen y Trondheim operarán como centros de atención al cliente orientados a ofrecer soporte en línea y mantener regularmente la relación y servirán de epicentro para aquellos clientes que quieran ver los coches de primera mano.

Además de estos centros especializados, SEAT también dispondrá de 20 puntos de servicio y 23 puntos de entrega en todo el territorio noruego para estar más cerca de los clientes.

Griffiths ha compartido que “el mercado está evolucionando hacia nuevas formas de vender coches y SEAT tiene confianza en el papel del concesionario como actor clave en el proceso de ventas. Las necesidades y exigencias de los clientes están cambiando y tanto los fabricantes como los vendedores tienen que iniciar juntos el camino para satisfacer los requerimientos de los conductores.” Griffiths ha añadido que “con la inclusión de nuevas soluciones de movilidad y conectividad para el coche, los concesionarios serán una plataforma de movilidad, donde se podrán llevar a cabo actualizaciones de software para el coche o usar como punto de carga, por ejemplo”.

SEAT Arona en el SEAT Snow Experience 2017

Comprar un coche tomando unas tapas

Además de los Brand Experience Centres, dos pop-up stores itinerantes recorrerán el país en las próximas semanas para llevar el concepto omnicanal de SEAT a todos los puntos del territorio. Los clientes interesados podrán ver los productos que ofrece la marca en el país y reservar pruebas de coche si están interesados.

Por otra parte y para remarcar la voluntad de SEAT de estar presente donde se encuentren los clientes, en los próximos meses la marca inaugurará en Oslo su Urban Experience Store, que incluirá un bar de tapas en el interior para fusionar la experiencia de marca con el estilo de vida de los clientes.

Apuesta por la movilidad de la mano de HYRE

En el marco de la llegada a Noruega, SEAT presenta un acuerdo de colaboración con HYRE,

plataforma de movilidad compartida, con el que promoverá en el país nórdico servicios de car sharing. Esta plataforma, pensada para entornos de economía colaborativa, brinda la posibilidad de ceder un coche entre particulares a través de una aplicación que funciona como una llave digital.

Mediante la tecnología de HYRE el vehículo se convierte en un coche conectado que puede ser desbloqueado, alquilado y conducido por el usuario cuando lo desee, ofreciendo a clientes urbanos el acceso a un automóvil siempre que lo necesiten.

En este sentido, SEAT ha llegado a un acuerdo con HYRE para poner en marcha una flota de 40 coches que permitan a los usuarios noruegos combinar las pruebas dinámicas con el servicio de car sharing.

Además de la colaboración con HYRE, SEAT también ofrece pruebas de coches en todo el territorio noruego a través de la red de alquiler de vehículos AVIS.

Gama completa para todos los públicos

Para su desembarco en Noruega la compañía llevará en su gama los superventas Ibiza y León, que irán acompañados de los dos SUV de la marca, Ateca y Arona. La actual flota con la que cuenta la compañía, que se debe a la mayor ofensiva de producto realizada hasta el momento, completa un portfolio acorde a las necesidades del país.

En el apartado de vehículos eléctricos, la compañía es consciente de la importancia que tienen para la sociedad noruega. SEAT contará con su primer coche completamente eléctrico en 2020 basado en la plataforma MEB del Grupo Volkswagen, que marcará el inicio de la ofensiva de la marca en este frente.

Autor: Redacción