

Tecnología, precio y diseño, los tres motivos que nos llevan a escoger un coche

Miramos el bolsillo, pero los españoles tenemos muy claro que la tecnología y también el diseño son factores que pesan mucho; determinantes, en la toma de decisión antes de comprar un vehículo. Así lo detalla un estudio realizado por la división española de la agencia Wunderman aplicando los principios del marketing en tiempo real.

Para llevar a cabo el estudio, Wunderman ha analizado las conversaciones en redes sociales e internet en tiempo real gracias a herramientas de análisis semántico y de escucha activa. Aplicando técnicas de marketing en tiempo real y filtrando los resultados por reglas desarrolladas por ellos mismos consiguen saber de lo que están hablando los potenciales compradores de vehículos con un grado de fiabilidad del 90%.

Según el informe, un 16% de los consumidores tiene la tecnología como su principal preocupación a la hora de escoger un coche u otro. Un 20% destaca el precio como factor más poderoso y un 21% el diseño. Otros aspectos como la exclusividad (5%), el consumo (9%) o la fiabilidad (3%) quedan en segundo plano.

Características más comentadas en la red

Diseño 21%

Precio 20%

Tecnología 16%

Seguridad 9%

Consumo 9%

Ecología 6%

Exclusividad 5%

Fiabilidad 3%

“En el sector de la automoción, el 60-70% de la decisión de compra se toma antes de que el cliente

acuda al concesionario”, explica Andrés Narváez, presidente de Wunderman España. “Tiempo atrás las personas interesadas en adquirir un coche recurrían a revistas especializadas y profesionales para tomar referencias. Hoy, los referentes que determinan la compra de un automóvil se buscan entre las experiencias vividas por otros usuarios y publicadas en Internet en foros y blogs.”.

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Automovilismo](#) [Industria Automotriz](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>