

Indice documento strategico

ANALISI DELL'INTERVISTA CONOSCITIVA.....	3	ANALISI DELLA CONCORRENZA ONLINE	47
STORYTELLING E VALORI DIFFERENZIANTI.....	4	ANALISI DELLA CONCORRENZA SUL PRODOTTO NISSAN	48
ANALISI DEI SERVIZI CHE COMPONGONO L'OFFERTA	8	ANALISI DELLE SPONSORIZZATE DELLA CONCORRENZA.....	50
ANALISI DEI CANALI DI COMUNICAZIONE	13	ANALISI DEI CONTENUTI ORGANICI DELLA CONCORRENZA	54
ANALISI DEL POSIZIONAMENTO ATTUALE MIRAUTO	16	ANALISI DEGLI ANNUNCI GOOGLE DELLA CONCORRENZA	56
ANALISI DEI TREND DI RICERCA SU MIRAUTO	17	POSSIBILI FORMAT PER LA COMUNICAZIONE MIRAUTO.....	60
ANALISI DELLE RECENSIONI DEGLI AUTOSALONI MIRAUTO	22	CASO STUDIO CARPOINT.....	61
ANALISI INTERESSE SU GOOGLE PER NISSAN E DR.....	28	CONCLUSIONE	63
ANALISI TREND DI RICERCA NISSAN E DR.....	29	PROFILO CLIENTE NISSAN	63
ANALISI DELLE RECENSIONI NEGATIVE SU DR.....	35	PROFILO CLIENTE DR.....	64
CONFRONTO TRA DR E ALTRE MARCHE	38	PROFILI CLIENTI AIXAM	65
ANALISI DEI TREND TRA DR, DACIA E MG.....	39	SOLUZIONI POST ANALISI SU CUI INVESTIRE.....	66
ANALISI DELLE RECENSIONI SU DR, DACIA E MG	43	RIASSUNTO DELL'ANALISI	67

PERCHÉ ABBIAMO CONDOTTO UN'INTERVISTA CONOSCITIVA?

Tramite l'intervista siamo riusciti a raccogliere una serie di informazioni utili per analizzare il posizionamento attuale di Mirauto. Tutte le strategie presenti in questo capitolo sono il frutto delle indagini condotte dopo l'intervista.

COSA TROVERAI IN QUESTO CAPITOLO?

- I valori del brand Mirauto
- Analisi dell'offerta
- Analisi dei canali di comunicazione

ANALISI DELL'INTERVISTA CONOSCITIVA





Storytelling
e valori differenzianti

Cortesia
Disponibilità
Affidabilità
Gentilezza

Mirauto vanta un personale che non abbandona il cliente dopo l'acquisto, ma cura tutto il rapporto nel post vendita.

Oggi Mirauto è un brand plurimarca che è in grado di soddisfare tutti i suoi clienti con prodotti di alta tecnologia e dal design innovativo.

Questo grazie ai tre marchi oggi presenti in casa Mirauto: Nissan, Dr Automobiles e Aixam.

Innovazione
Tecnologia
Design



Accessibilità Qualità Prezzo



Mirauto oggi riesce a coprire tutte le esigenze di mercato: da quella alta con il prodotto Nissan, a quella medio-bassa con il prodotto DR Automobiles; con una particolare attenzione anche ad una fascia d'età più giovane con il prodotto Aixam.

Autorevolezza Credibilità Vicinanza Storia

Sei autosaloni radicati nel territorio,
una storia di trent'anni con il marchio
Nissan e una forza territoriale come
pochissimi concessionari su Roma,
rendono Mirauto uno dei concessionari
più autorevoli della capitale.



ANALISI DEI SERVIZI CHE COMPONGONO L'OFFERTA: COME POTERLI VALORIZZARE AL MEGLIO?

VENDITA DI AUTO NUOVE

Oggi è la maggior entrata, ma quasi tutti venditori si riconoscono esclusivamente nel marchio Nissan.

STRATEGIA CONSIGLIATA

I venditori devono conoscere e saper diffondere i valori del brand Mirauto. Devono seguire le esigenze del concessionario e non di Nissan, altrimenti Mirauto perde valore e viene percepito come sostituibile.

VENDITA DI AUTO USATE

È un'attività fatta sull'usato garantito Nissan e Mirauto: rappresenta un valore per la vendita del nuovo prodotto.

STRATEGIA CONSIGLIATA

È possibile lavorare in maniera specifica con delle campagne di direct marketing, andando a valorizzare l'usato garantito Mirauto (non solo per il marchio Nissan, ma anche per tutti gli altri marchi).

ANALISI DEI SERVIZI CHE COMPONGONO L'OFFERTA: COME POTERLI VALORIZZARE AL MEGLIO?

FINANZIAMENTO MIRAUTO

Composto da: noleggio a breve e lungo termine, assicurazioni auto, leasing e finanziamenti.

AUTO DI CORTESIA

L'auto di cortesia rispecchia uno dei valori del brand: la vicinanza al cliente, ma purtroppo non è un servizio immediato.

STRATEGIA CONSIGLIATA

Per ognuno dei servizi sopracitati, è possibile realizzare delle campagne di direct marketing per modello studiando profondamente il target di riferimento.

STRATEGIA CONSIGLIATA

Bisogna saper giustificare le tempistiche e le modalità di accesso al servizio tramite una buona comunicazione sul sito e sui canali social.

ANALISI DEI SERVIZI CHE COMPONGONO L'OFFERTA: COME POTERLI VALORIZZARE AL MEGLIO?

RICAMBI E ACCESSORI

Al momento è un servizio che non porta un grande valore aggiunto interno.

APPLICAZIONE

L'applicazione è un servizio che oggi dovrebbe essere presentato online in maniera più consistente.

STRATEGIA CONSIGLIATA

Qualora si volesse lavorare su questa attività, vanno trovate delle strategie ad hoc secondo il target di riferimento di ogni marchio.

STRATEGIA CONSIGLIATA

Creare dei piccoli contenuti video che mostrando all'utente come si usa l'applicazione Mirauto: le sue funzioni e benefici.

ANALISI DEI SERVIZI CHE COMPONGONO L'OFFERTA: COME POTERLI VALORIZZARE AL MEGLIO?

NOLEGGIO CON AUTORENT

Questo è un servizio in via di sviluppo per Mirauto del tutto nuovo.

CARROZZERIA

La carrozzeria è un valore aggiunto perché per le macchine incidentate Mirauto offre un servizio di tutela assicurativa/legale.

STRATEGIA CONSIGLIATA

Quest'attività richiede un'analisi marketing a parte per capire: come differenziarsi rispetto ad altri concessionari che fanno già da tempo noleggio auto.

STRATEGIA CONSIGLIATA

Ad oggi questo servizio non è comunicato. Va studiata una strategia per renderlo un punto differenziante del concessionario rispetto alla concorrenza.

ANALISI DEI SERVIZI CHE COMPONGONO L'OFFERTA: COME POTERLI VALORIZZARE AL MEGLIO?

SERVIZI POST VENDITA

Il post-vendita è l'attività ad oggi più fruttifera e rappresenta valore aggiunto rispetto alla concorrenza da spendere più di tutti nella comunicazione.

STRATEGIE CONSIGLIATE

- Bisogna aumentare il valore del post-vendita come servizio Mirauto.
- Realizzare delle campagne specifiche sul post vendita legato ai prodotti DR.
- I meccanici devono essere formati sul prodotto DR per proteggere il valore che il concessionario si è guadagnato in trent'anni di lavoro.
- Bisogna prevenire le carenze della casa madre (come già fa Carpoint).
- Va implementata l'auto di cortesia su DR Automobiles.
- Realizzare una rubrica social dove l'accettatore spiega come funziona l'accettazione del veicolo, la richiesta della macchina di cortesia e i tempi di consegna.

Analisi dei canali di comunicazione

EVENTI SPORTIVI

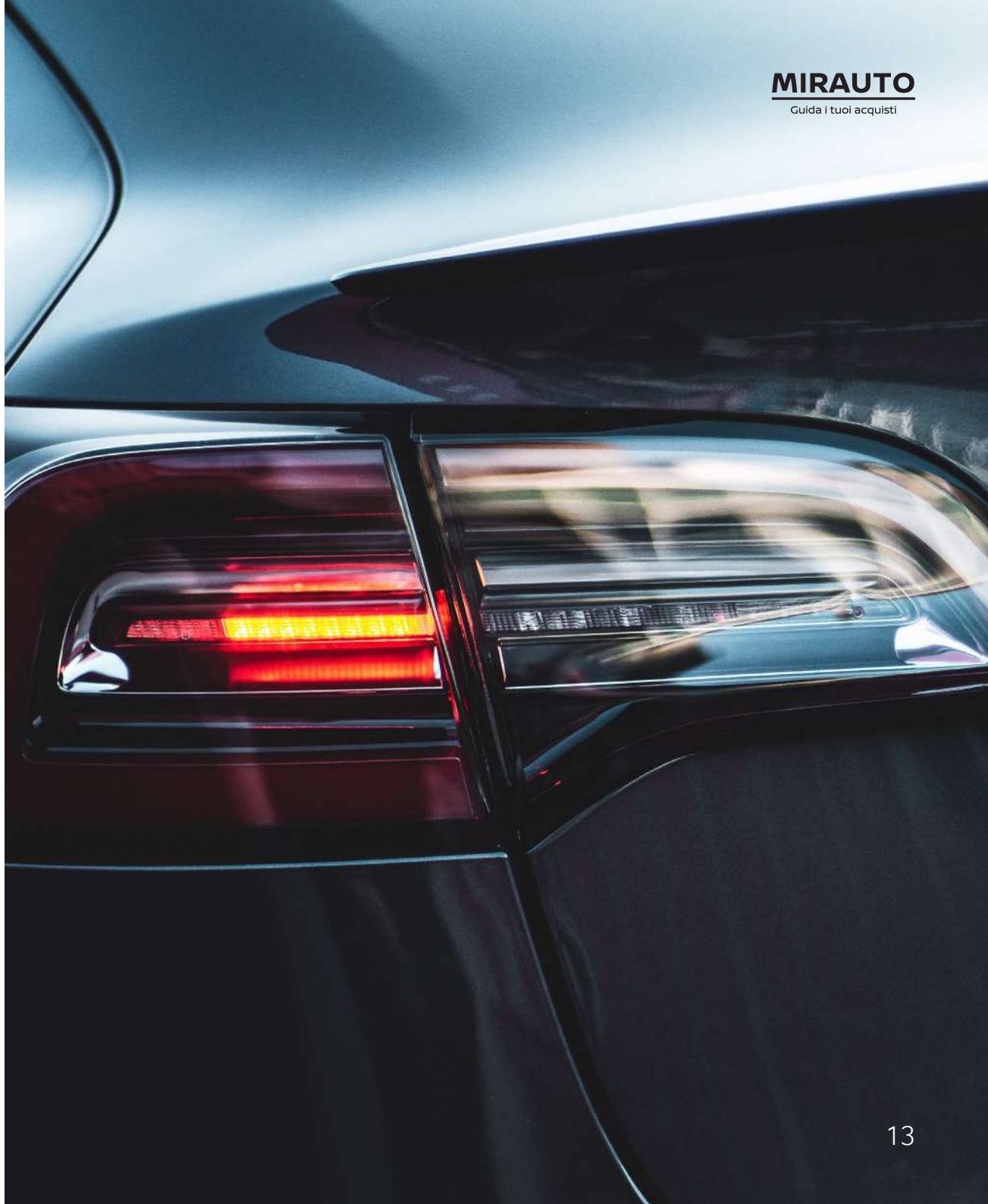
Mirauto partecipa come sponsor in molti eventi sportivi: circoli di tennis, partite di calcio, maratone e piste scii. Ma non vengono comunicati a sufficienza. Un post per evento non basta.

SOCIAL IN OUTPUT

Vengono gestiti da MotorK: sono confusionari e non seguono un piano strategico. Le grafiche e i format sono pensati in maniera occasionale e solo sulla base del materiale fornito da casa madre. Manca completamente una progettazione social organica e a pagamento che comunichi il valore del brand Mirauto e dei suoi servizi.

CARTELLONISTICA

Le operazioni di cartellonistica eseguite fino ad ora risultano inefficaci perché parlano esclusivamente del prodotto



Nissan e non di Mirauto, che, per quanto presente, non viene minimamente percepito.

RADIO LOCALI

La presenza radiofonica non è così massiva, di conseguenza, competitor come Autogiapponese sono maggiormente ascoltati e in più stazioni. Ha senso destinare una parte del budget su questo canale? **Un budget frammentato su più canali porta a un risultato debole.**

GIORNALI

Anche qui la presenza su stampa è minima rispetto ad altri competitor. Ha senso continuare ad investire su questo canale? **Un budget frammentato su più canali porta a un risultato debole.**

SITO

Il sito ad oggi parla esclusivamente un'unica lingua: quella di Nissan. Non esprime assolutamente il valore del brand Mirauto e rende l'esperienza utente confusionaria su ogni singolo marchio.



NOSTRE CONSIDERAZIONI RIGUARDO L'INTERVISTA CONOSCITIVA

Manca totalmente un piano di comunicazione che parli del marchio Mirauto e di tutti i suoi valori. Va sviluppata una timeline e un progetto editoriale in grado di esprimere il brand Mirauto, anche concentrandosi su meno canali.

È indispensabile definire in modo preciso, tramite un'indagine di mercato approfondita, il target di riferimento di ogni singolo brand e fare un lavoro personalizzato su ogni campagna pubblicitaria.



**COSA TROVERAI
IN QUESTO CAPITOLO?**

- Analisi dei trend di ricerca su Mirauto
- Analisi delle recensioni degli autosaloni Mirauto

ANALISI DEL POSIZIONAMENTO ATTUALE MIRAUTO



Analisi della parola “Mirauto” su Google



VOLUME DI RICERCA MENSILE BASSO

Su Google ci sono pochi utenti consapevoli dell'offerta Mirauto. Piuttosto che cercare la parola “Concessionario Mirauto Roma” l'utenza digita “Concessionario Nissan Roma”.

SCARSO POSIZIONAMENTO DEL BRAND

Poche persone memorizzano il naming “Mirauto”: questo spinge l'utente a fare una ricerca generica su tutte concessionarie Nissan presenti su Roma. In questo modo, Mirauto rischia di perdere gran parte della potenziale clientela che proviene da Google.

Keyword più ricercate insieme alla parola “Mirauto”

KEYWORD	TREND	VOLUME	CPC	PD	SD	
mirauto roma			590	€0,28	14	40
marinauto ostia			480	€0,69	4	37
mirauto pontina			260	€0,26	5	28
mirauto torre spaccata			260	€0,24	6	33
mirauto tor cervara			260	€0,37	6	26
mirauto ricambi			170	€0,00	2	29
mirauto nissan			70	€0,38	10	24

LA PAROLA PIÙ RICERCATA È “MIRAUTO ROMA”

Questo dato è figlio di una forte presenza sul territorio che Mirauto deve continuare a comunicare con campagne di brand e non esclusivamente di prodotto.

OSTIA, PONTINA, TORRE SPACCATA, TOR CERVARA

Queste sono le zone dove si muove la domanda consapevole del pubblico e dove si possono: testare le sponsorizzate, realizzare le operazioni di marketing online/offline e organizzare eventi.

Keyword più ricercate insieme alla parola “Mirauto”

KEYWORD 	TREND 	VOLUME 	CPC 	PD 	SD 	
mirauto roma			590	€0,28	14	40
marinauto ostia			480	€0,69	4	37
mirauto pontina			260	€0,26	5	28
mirauto torre spaccata			260	€0,24	6	33
mirauto tor cervara			260	€0,37	6	26
mirauto ricambi			170	€0,00	2	29
mirauto nissan			70	€0,38	10	24

“MIRAUTO RICAMBI”

170 utenti in un mese hanno digitato “Mirauto Ricambi”. Questo dato suggerisce la **realizzazione di campagne social a riguardo, o l'inserimento di guide informative direttamente sul sito web.**

“MIRAUTO NISSAN”

Mediamente 70 utenti al mese digitano “Mirauto Nissan”, ma non c’è traccia di “Mirauto DR” o “Mirauto Aixam”. **Bisogna iniziare a spostare l'attenzione online anche su i due nuovi marchi.**

Altre pagine web in cui viene citata Mirauto

TITOLO PAGINA URL	VISITE ST.	BACKLINK	f	p	Reddit
250 recensioni di Concessionaria Nissan Mirauto - Pontina a ... altraopinione.org	16 Keyword	0 Links	0	0	0
Road to Budapest: tutte le tappe di un viaggio targato Mirauto ... corrieredellosport.it	6 Keyword	0 Links	0	0	0
MIRAUTO Concessionario NISSAN in CIAMPINO - ebuga ebuga.it	2 Keyword	0 Links	0	0	0
Road to Budapest - Retesport e Mirauto insieme per la ... retesport.it	2 Keyword	0 Links	0	0	0
Mirauto Prenestina Concessionaria Nissan Roma aziendit.com	2 Keyword	0 Links	0	0	0
Concessionaria Nissan Mirauto - Via Appia Nuova, Km 17.400 vitalspares.com	1 Keyword	0 Links	0	0	0
Distributore Aixam per Roma Eur - Minicar Mirauto minicarmirauto.it	1 Keyword	0 Links	0	0	0

L'IMPORTANZA DELLE RECENSIONI COME STRUMENTO DI VENDITA

Un sito esterno (altraopinione.org) viene visitato da circa 16 persone al mese che hanno digitato la parola Mirauto. La pagina in testa alla classifica è un forum di automotive. Le migliori recensioni devono essere sfruttate nella comunicazione sul sito e sui social.

Analisi argomenti correlati e query una volta digitata la parola “Mirauto”



**“NISSAN MIRAUTO” HA UN VOLUME DI 84 SU 100,
MENTRE “MIRAUTO” HA UN VOLUME DI 31 SU 100**

La singola parola “Mirauto” ha un volume di ricerca bassissimo (31 su 100). La stessa parola, affiancata alla keyword “Nissan”, ottiene invece un ottimo risultato (84 su 100). Il numero 100 è un parametro base di Google che indica la frequenza di ricerca della parola chiave.



**“MIRAUTO NISSAN” VIENE PIÙ RICERCATO
RISPETTO A “MIRAUTO ROMA”**

Le query sono tutte le parole che Google associa alla keyword “Mirauto”, la prima che suggerisce il browser è proprio “Mirauto Nissan”, “Mirauto Roma” è al terzo posto.

Analisi delle recensioni degli autosaloni Mirauto

Nissan MIRAUTO

Via di Torre Spaccata, 111, Roma RM

Scrivi una recens.

4,2 616 recensioni

Le recensioni non sono verificate. ⓘ

Argomenti citati spesso dagli utenti



CORTESIA, AFFIDABILITÀ, CORDIALITÀ E GENTILEZZA SONO I VALORI PIÙ IMPORTANTI

La parola cordiale è la più utilizzata dall'utenza che recensisce Mirauto. È opportuno **creare delle sezioni sul sito apposite dove vengono inserite le migliori recensioni. Ancor meglio se in formato video perché sono più credibili.**

Recensioni Google



Recensioni Google



LA FIGURA DEL VENDITORE

Molti venditori vengono citati positivamente nelle recensioni. L'utenza deve avere la possibilità di conoscere il venditore prima di recarsi dal concessionario. Sarebbe interessante **organizzare delle rubriche social dove i migliori venditori si mostrano al pubblico e presentano le caratteristiche dei prodotti.**

Analisi delle recensioni positive degli autosaloni Mirauto

 **Massimo Cecilia**
1 recensione

★★★★★ 3 settimane fa **NUOVA**

Sono rimasto estremamente soddisfatto dell'esperienza presso questa concessionaria automobilistica. Da sei anni, ho trovato sempre un servizio impeccabile e un personale altamente professionale e cortese. Ogni volta che ho avuto bisogno di assistenza o consulenza, sono stati pronti ad aiutarmi in modo tempestivo ed efficiente. La gamma di veicoli disponibili è notevolmente ampia e ben tenuta. La negoziazione è stata trasparente e vantaggiosa. In generale, la mia esperienza con questa concessionaria è stata eccezionale. Consiglio vivamente questa concessionaria a chiunque cerchi un'esperienza di acquisto di auto senza problemi e di alta qualità.

 **Massimo**
31 recensioni · 1 foto

★★★★★ un anno fa

Lo scorso sabato mattina ho ritirato due auto presso questo concessionario. Ho avuto modo fino ad oggi di acquistare altre autovetture di diverse marche ma, credetemi, non mi era mai capitato di essere accolto in maniera ineccepibile. Appena entrato nell'autosalone, ovviamente con appuntamento, neanche un minuto di attesa perché il loro incaricato era già lì che ci attendeva. Caffè offerto, consegna documenti e poi via verso il ritiro delle auto. Messaggio scritto di benvenuto all'interno del locale consegna con evidenziato il nome degli acquirenti...mai successo, assistente alla consegna gentile professionale e preparatissimo. Circa due ore di spiegazioni sull'uso dei veicoli senza che abbia tralasciato il minimo particolare. Si è dimostrato sempre disponibile e ha risposto a tutte le domande che gli sono state poste. Le auto consegnate erano perfette e completamente igienizzate. I locali interni e esterni sono molto puliti, ordinati e rispettano a pieno le normative anti Covid. Complimenti a tutto il personale che ci ha permesso di vivere una bellissima esperienza e ci ha dato modo di apprezzare a pieno il marchio Nissan. Un ringraziamento particolare va al signor Luca Sancinetto che ci ha seguito lungo tutto l'iter della consegna curandola nei minimi particolari. Per chi vuole avvicinarsi al mondo Nissan la Mirauto è il top.

 **Elio Marinelli**
1 recensione

★★★★★ 2 anni fa

Cortesia e professionalità ai massimi livelli. Ci hanno fatto sentire clienti "importanti" Alla consegna della macchina ci hanno spiegato tutte le sue funzioni, dato consigli preziosi e accolto con un bellissimo biglietto di benvenuto! Volete una Nissan? Vi consiglio vivamente di farvi guidare all'acquisto da lorol! Un ringraziamento particolare a Valerio ed al suo collega Luca che ci ha fatta trovare pronta la mia splendida Qashqai!

 **Domenico Cicero**
Local Guide · 61 recensioni · 112 foto

★★★★★ 3 mesi fa

Ottimo concessionario con venditori preparati, disponibili e cortesi. Peccato per gli interminabili tempi di attesa delle vetture nuove (ormai sono 13 mesi che aspettiamo la macchina nuova) ma, forse, non dipendono dalla concessionaria.. Forse...

 **ORIETTA RICCI**
3 recensioni

★★★★★ 5 mesi fa

Ho acquistato una DR 5.0. A parte il consigliare a tutti la vettura, SPETTACOLARE, non posso che fare i miei complimenti a Gianfranco, persona super professionale, gentilissimo e soprattutto disponibile a sopportare una rompicatole come me. Un consiglio spassionato.... scegliete MIRAUTO TOGLIATTI e chiedete di Gianfranco!!!!

Analisi delle recensioni negative degli autosaloni Mirauto



Marzio Zoldan

Local Guide · 121 recensioni · 51 foto

★ ★ ★ ★ ★ 4 anni fa

Poca organizzazione e assistenza nel ricevere il cliente per informazioni su danni occasionali e improvvisi. Ho aspettato quasi 3 ore per avere una informazione, questo perché non avevo appuntamento.
Mi è stato detto eventualmente di chiamare per un appuntamento ma il danno che avevo aveva necessità di essere riparato con urgenza.
Sono poi andato all'assistenza Nissan Tor Cervara dove al contrario il personale si è dimostrato subito disponibile e cortese.



Fabio Auciello

3 recensioni · 2 foto

★ ★ ★ ★ ★ 5 mesi fa

Da evitare come la peste. Tralasciando tutta la mia odissea con una Leaf elettrica acquistata nuova, faccio solo presente che entrambe le volte che ho avuto la macchina ferma, non mi è stata data neanche la sostitutiva, per un totale di due mesi e mezzo di fermo. Tra la casa madre, il servizio clienti e Mirauto non so chi è più inadeguato. Consiglio... Andate su marchi maggiormente professionali.



andrea70

9 recensioni

★ ★ ★ ★ ★ una settimana fa **NUOVA**

Fino all'acquisto dell'auto tutto ok.....poi entri nel girone infernale, una roba terribile, auto in consegna che non si sa quando arriva ne dove si trova, di un sinistro si dimenticano di aprirlo dal 27 di luglio al 20 di settembre solo un paio di mesi che vuoi che sia secondo loro può succedere c'è agosto di mezzo....andate altrove datemi retta.
Un saluto a tutti spero di aver salvato qualcuno dal caos che regna in questo posto.

2a parte: ho mandato maggiori dettagli come richiesto ma per ora nessuna risposta, nel frattempo sono stato chiamato per la visione del danno dal perito e ovviamente non fissano un appuntamento ma ti chiedono 4 ore, ovvero dalle 9 alle 13 l'auto deve stare lì e come se non bastasse ad un concessionario sulla Tiburtina alle 9 del mattino con il traffico di Roma....e il girone infernale prosegue.

Andrea V



Giancarlo Ciacciarelli

5 recensioni

★ ★ ★ ★ ★ 3 mesi fa

MACCHINA ACQUISTATA NEL 2017 X-Trail 3^a Serie , SENTENDO UN RUMORE UN PO' STRANO PORTIAMO LA MACCHINA IN VISIONE SIA IN CONCESSIONARIA NISSAN MIRAUTO TORRE SPACCATA E SIA IN OFFICINA AUTORIZZATA NISSAN .
NESSUNA DELLE DUE OFFICINE RISOLVE IL PROBLEMA .
OGGI CHE SIAMO 09/06/2023 CON GARANZIA SCADUTA DA PARECCHIO RISOLVIAMO IL PROBLEMA DEL RUMORE CON UN' OFFICINA AUTORIZZATA FIAT .
QUINDI SECONDO VOI QUALE E' IL PROBLEMA .
LA CONCESSIONARIA NISSAN MIRAUTO TORRE SPACCATA E L'OFFICINA AUTORIZZATA .
OPPURE LA NISSAN IN PERSONA .
DOMANDA !

Recap generale delle recensioni Mirauto

CORTESIA, AFFIDABILITÀ, CORDIALITÀ E GENTILEZZA

Ancora una volta, i valori sopra elencati sono quelli che devo essere diffusi più di tutti. Sono quelli che rappresentano al meglio Mirauto. Non Nissan, non DR, ma Mirauto.

POCHISSIME RECENSIONI SU DR E AIXAM

Le persone sono ancora convinte che Mirauto sia un concessionario monomarca. Alcuni pensano che Nissan e Mirauto coincidano.

ATTESA DELLE AUTOVETTURE NUOVE

Mirauto vanta un'ottima velocità su i tempi di consegna delle nuove autovetture.

Bisogna spendere questo valore aggiunto nella comunicazione.

ATTESA DELLE AUTOVETTURE IN RIPARAZIONE

Tuttavia, i tempi di attesa su DR sono uno degli argomenti più comuni nelle recensioni negative. **Bisogna spiegare con una comunicazione trasparente le carenze di casa madre e le soluzioni per gestire e attenuare il problema.**

BISOGNA EDUCARE IL CLIENTE SULLE PROCEDURE DEL POST VENDITA

Sul sito e sui social devono essere pubblicate le procedure basilari per: la richiesta di un appuntamento, la richiesta di un'auto di cortesia, l'utilizzo corretto dell'app, i tempi di consegna ecc. Così si evitano tanti fraintendimenti che oggi agitano l'utenza.

Analisi delle recensioni degli autosaloni Mirauto

AUTOSALONI NISSAN



AUTOSALONI DR



INCREMENTARE LE RECENSIONI E LA COMUNICAZIONE SU DR E SU MIRAUTO IN GENERALE

Gli autosaloni Nissan detengono un numero di recensioni spropositato rispetto a quelli DR. Sappiamo che DR è in casa da pochissimi anni, ma questi dati confermano ancora una volta che Mirauto rimane troppo legato a Nissan. Inoltre, c'è una totale assenza di comunicazione online/offline per gli autosaloni DR, ma anche quelli Nissan. **In merito, è possibile organizzare eventi di apertura e video di presentazione per ogni autosalone.**

NOSTRE CONSIDERAZIONI RIGUARDO IL POSIZIONAMENTO ATTUALE DI MIRAUTO

Oggi il brand Mirauto non esiste sul mercato. Il posizionamento è debole ed esclusivamente legato a Nissan. Va scritto uno storytelling e va strutturato un piano di comunicazione che sia incentrato su Mirauto e poi declinato sui marchi interni in maniera personalizzata.



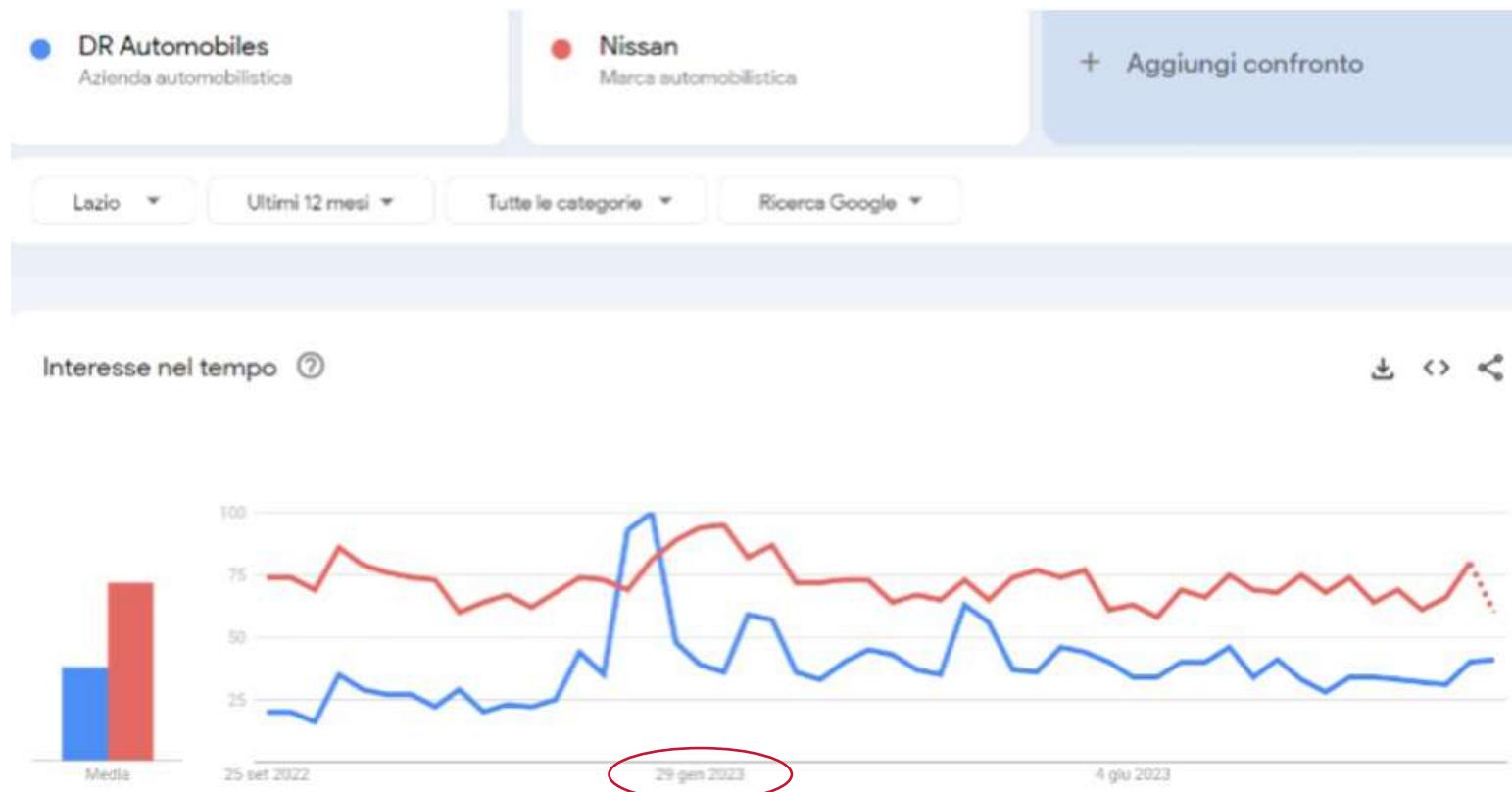
**COSA TROVERAI
IN QUESTO CAPITOLO?**

- Analisi trend di ricerca Nissan e DR
- Analisi delle recensioni negative su DR

ANALISI INTERESSE SU GOOGLE PER NISSAN E DR



Analisi trend di ricerca per Nissan e DR su Google Trend

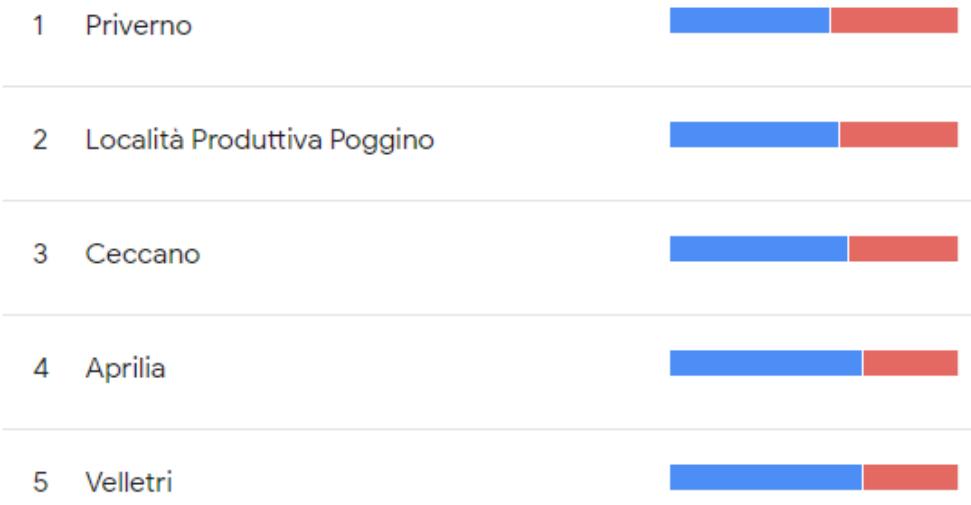


INCREMENTARE LE RECENSIONI E LA COMUNICAZIONE SU DR E SU MIRAUTO IN GENERALE

Negli ultimi 12 mesi la parola "Nissan" ha sempre avuto un volume di ricerca più alto rispetto a DR. Solo in un caso (fine Gennaio 2024) c'è stato un picco di ricerca da parte di DR per via degli incentivi rilasciati in quel periodo.

Analisi trend di ricerca per Nissan e DR

Ordina: Interesse per Nissan ▾



ZONE D'INTERESSE NISSAN E SOPRATTUTTO DR

La schermata mostra le zone dove c'è maggiore interesse per entrambi i marchi, in particolar modo per DR. **Queste zone possono essere sfruttate per realizzare delle campagne Facebook su aree specifiche, per organizzare eventi e incontri.**

Ordina: Interesse per Nissan ▼

6 Vicovaro



7 Montelibretti



8 Cerveteri



9 Sezze



10 Rieti



6 Pomezia



7 Fiano Romano



8 Mentana



9 Frosinone



10 Rieti



Query associate alla parola “DR Automobiles”

Query associate	In aumento	Impennata	⋮
1 dr 1.0		Impennata	⋮
2 dr 1 elettrica		Impennata	⋮
3 dr automobili <u>prezzi</u>		Impennata	⋮
4 dr 3.0 <u>prezzo</u>		Impennata	⋮
5 dr 7.0 <u>prezzo</u>		Impennata	⋮

Query associate	In aumento	Impennata	⋮
11 dr 1 ev		Impennata	⋮
12 carpoint roma		Impennata	⋮
13 dr pick up 2023 <u>prezzo</u>		Impennata	⋮
14 dr 1 elettrica <u>prezzo</u>		Impennata	⋮
15 dacia sandero <u>prezzo</u>		Impennata	⋮

Query associate	Più cercate	⋮
6 dr 4.0	5	⋮
7 dr gpl	5	⋮
8 dr macchina	4	⋮
9 dr 5.0	4	⋮
10 dr 4	4	⋮

INTERESSE SUL PREZZO DEL MODELLO

Le varie query con la parola “*prezzo*” e “*gpl*” confermano il fatto che il target DR sia una persona molto attenta al prezzo di acquisto e al consumo del carburante.

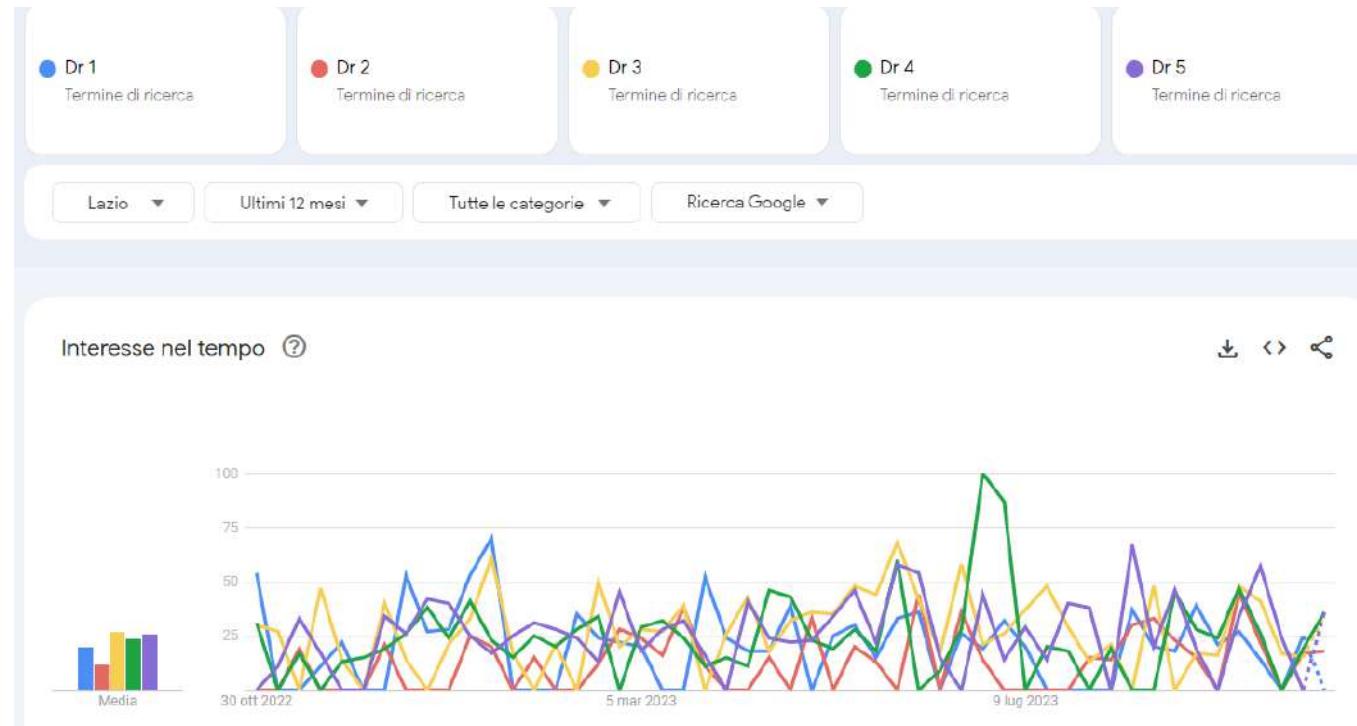
DR 1 ELETTRICA

Le persone che si spostano in centro per Roma sono interessate ad acquistare una citycar piccola, che inquinii e consumi poco. **La DR1 si rivolge ad un target specifico che va studiato per rendere la comunicazione personalizzata e più performante.**

“DACIA SANDERO PREZZO”

Per molti Dacia rappresenta un acquisto alternativo rispetto alla DR. **Bisogna studiare le differenze tra DR e Dacia per strutturare una comunicazione che faccia leva sui punti di debolezza di Dacia e valorizzi quelli di DR.**

Confronto tra i modelli DR su Google Trend



Roma Roma

Dr 1	19%
Dr 2	14%
Dr 3	28%
Dr 4	19%
Dr 5	20%



Percentuali calcolate a partire dalle ricerche di tutti e 5 i termini nel paese: Roma

I TREND DEI DIVERSI MODELLI DR NEGLI ULTIMI 12 MESI NEL LAZIO

La DR 3 è il modello più ricercato dell'anno con una percentuale del 28% delle ricerche registrate da Google. Il resto dei modelli condividono una ricerca generalmente omogenea.

Influenza del marchio DR su Mirauto



RECENSIONI SU DR AUTOMOBILES

Al momento il marchio DR è quello che sta portando più problematiche interne e lo dimostra anche l'alta percentuale di recensioni negative su casa madre. (su un totale di 183 recensioni, il 70% sono con una stella).

Analisi delle recensioni negative DR Automobiles

 Elisa Corbucci
1 recensione © IT



19 set 2023

Dr 4.0 aspetta e spera

Dr 4.0 auto che vale il costo modico ma il problema è l'assistenza post vendita. Incidente fatto il 2 luglio e ancora stiamo aspettando i pezzi di ricambio che chissà quando arriveranno. Se invece che continuare ad assemblare auto mettessero in circolazione anche i pezzi non sarebbe male ma così lasciate perdere e prendete un'auto più commercializzata. Se tornassi indietro non la ricomprerei mai e poi mai

 massimo
2 recensioni © IT



4 ago 2023

Cuasa un tamponamento subito sono stati...

Cuasa un tamponamento subito sono stati richiesti i vari ricambi per la mia Dr 6 entrata nel 4 anno questo Luglio.

Gli ordini sono stati fatti ad aprile /23 io ne sono venuto a conoscenza i 2 maggio/23.

ad oggi 4/agosto/23 NON sono ancora arrivati in concessionario e quindi la macchina e' ferma da 5 mesi.

Credo che sia una cosa inconcepibile!

Fossero ricambi legati all'elettronica potrei, ma neanche tanto, capire, ma sono tutti pezzi meccanici e di carrozzeria.

Veramente una assistenza PESSIMA !!

 Massimo Cervino
2 recensioni © IT



10 set 2023

Pessima assistenza mai più DR

Pessima assistenza, sconsiglio l'acquisto dell'autovettura in quanto sei problemi per ricambi. Tagliandi da cifre capogiro. Cambio olio e filtri €. 380,00 una vera follia per una DR 4.0. A km 50000 rottura della frizione e per riparazione 25 giorni con 8 giorni auto sostitutiva dall' ACI. DOPODICHE' A PIEDI. VERVOGNATEVI.

 StefanoG1967 • 2 anni fa

Auto cinesi, anche se assemblate in Italia. Il dubbio è se i prezzi bassi siano giustificati solo dalla manodopera (però paghi il trasporto... e comunque l'assemblaggio finale è in Italia) oppure se dipende anche dalla qualità dei componenti.

Da valutare bene poi il discorso dei pezzi di ricambio, che in caso di necessità rischi di ritrovarti l'auto bloccata per chissà quanto tempo.

 walter1974 • 2 anni fa

All'epoca della prova di Quattroruote citata da un altro utente, si era piegato lo stelo del pedale del freno. Sono auto di fabbricazione cinese e probabilmente nel frattempo sono migliorate tantissimo, ma per quella cifra probabilmente ti comprri una Dacia che pur essendo la versione economica della Fiat francese (a.k.a. Renault) è anni luce migliore, se non altro per diffusione, rivendibilità dell'usato, assistenza e pezzi di ricambio.

Recap generale delle recensioni negative su DR

ASSISTENZA POST VENDITA E RICAMBI DR

Negli ultimi anni DR ha venduto molto, ma ad oggi, la casa madre non ha la struttura distributiva per sostenere una domanda così elevata. Di conseguenza, ci sono molte problematiche nel post vendita. **Questo dato è una grande opportunità da parte di Mirauto per vendere il servizio di post vendita: soprattutto per i clienti DR.**

LE COMPONENTI DELL'AUTO SONO DI FABBRICAZIONE CINESE

Le componenti non durano come previsto. Questo peggiora la reputazione del brand DR da un lato, ma dall'altro rafforza il servizio di assistenza del concessionario Mirauto. **Le persone devono scegliere Mirauto proprio per la sua capacità di rispondere in maniera pronta e specializzata alle mancanze di casa madre DR.**

SCARSA CREDIBILITÀ DEL BRAND DR

Oggi DR Automobiles è una novità che genera non poco scetticismo tra il pubblico. Al contrario, Dacia viene vista come più affidabile nella distribuzione perché viene gestita da un colosso come Renault. **È qui che Mirauto, deve rivendersi la sua grande esperienza nella vendita e nel post vendita anche su DR Automobiles e combattere lo scetticismo italiano intorno alla casa madre.**

CONVINCERE IL TARGET AD ACQUISTARE DR PIUTTOSTO CHE DACIA

Tramite lo studio di tutte le recensioni negative legate a DR, è possibile capire quali sono le obiezioni, le leve di vendita, i desideri e i problemi di un pubblico che deve scegliere tra Dr e Dacia. **L'obiettivo è far percepire DR come una scelta migliore rispetto a Dacia.**

NOSTRE CONSIDERAZIONI RIGUARDO L'ANALISI

DELL'INTERESSE GOOGLE PER NISSAN E DR

Mirauto conosce alla perfezione il target Nissan. DR è il punto scoperto su cui lavorare. Attraverso una comunicazione mirata, Mirauto deve essere in grado di spostare il suo valore su DR e occupare un posizionamento forte e differenziante rispondendo alle problematiche di casa madre.

MIRAUTO

Guida i tuoi acquisti



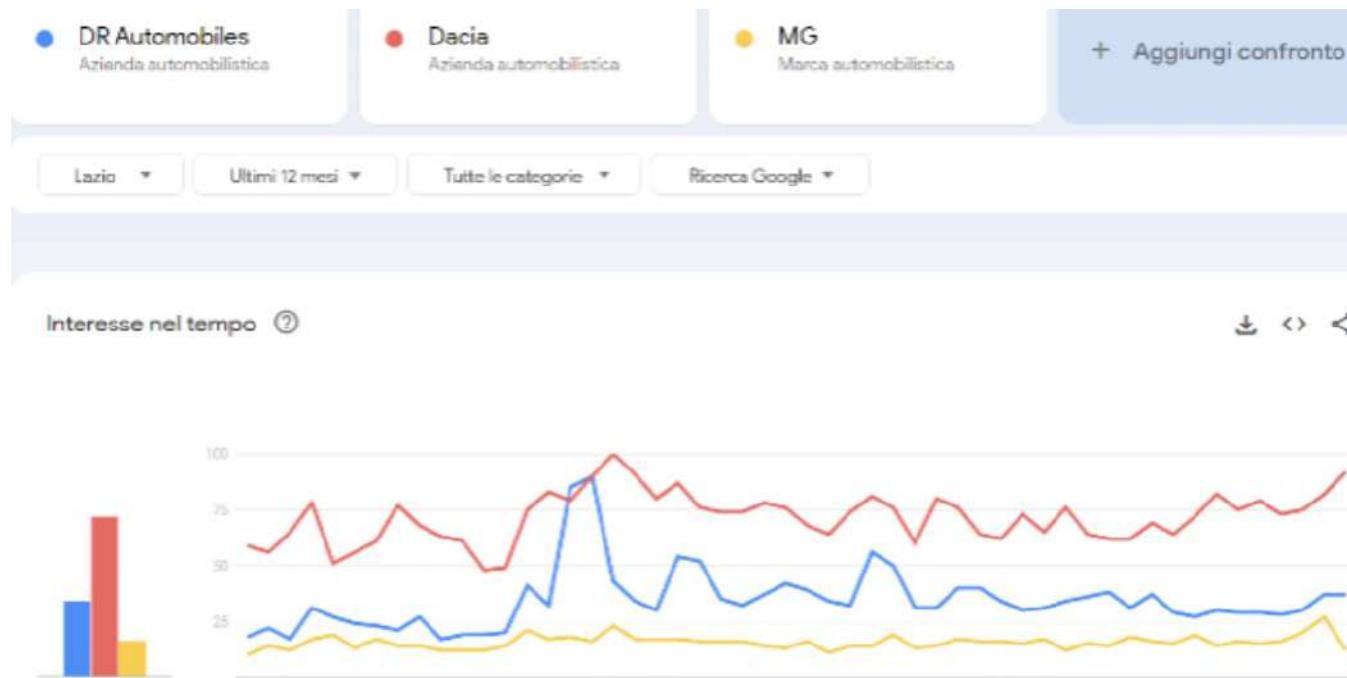
COSA TROVERAI
IN QUESTO CAPITOLO?

- Analisi dei trend tra DR, Dacia e MG
- Analisi delle recensioni su DR, Dacia e MG

CONFRONTO TRA DR E ALTRE MARCHE



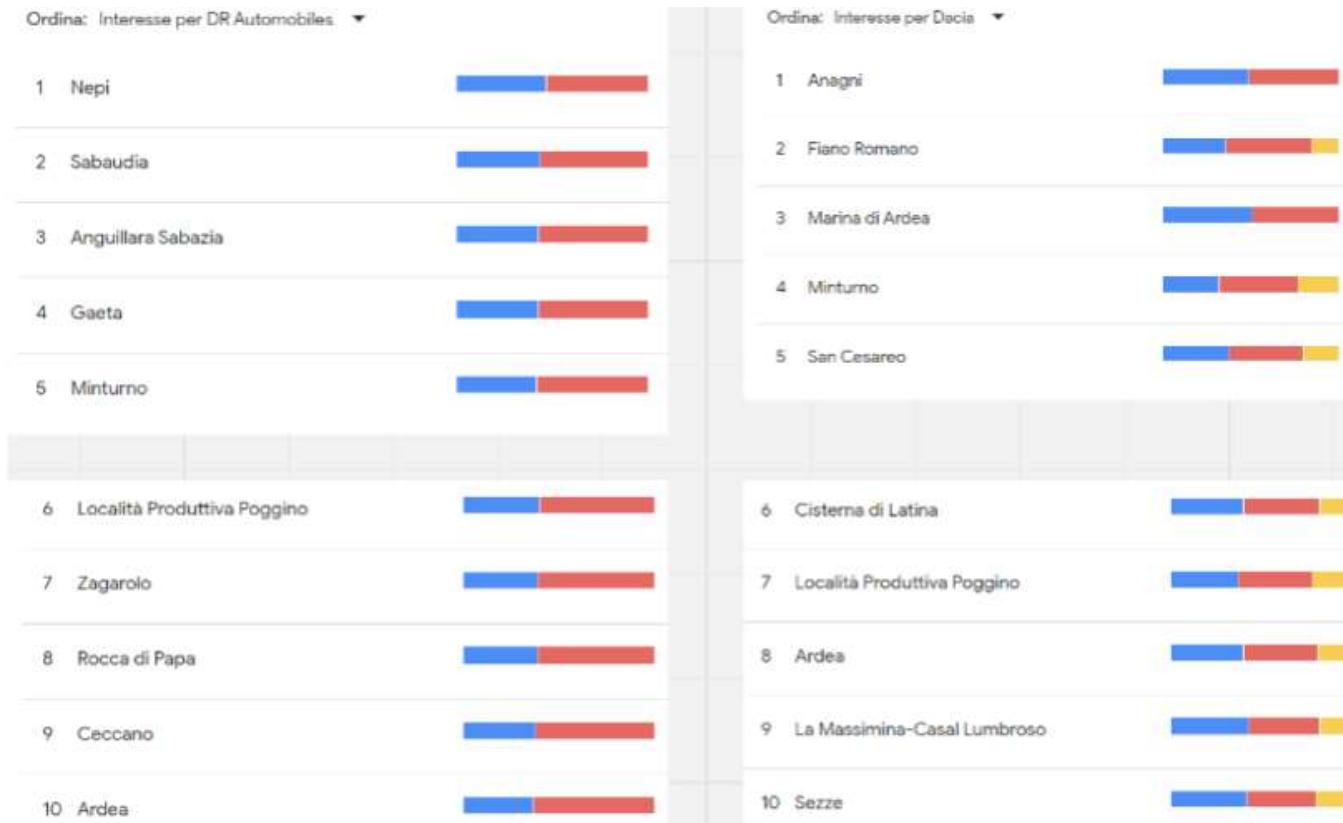
Analisi trend tra DR, Dacia e MG



STUDIO DELL'INTERESSE NEGLI ULTIMI 12 MESI

Il grafico mostra l'andamento del volume di ricerca di ogni marchio nell'ultimo anno. DR, Dacia e MG sono tre brand dal target simile, di conseguenza: **per la vendita dei modelli DR in casa Mirauto è importante studiare la domanda legata anche ai modelli Dacia e MG.**

Zone dal tasso d'indecisione alto tra DR e Dacia



ZONE DOVE C'È MOLTA INDECISIONE TRA DACIA E DR

Le zone sopraelencate sono quelle dove c'è un volume di ricerca tra Dacia e DR quasi paritario. **Sono le zone migliori dove far viaggiare delle sponsorizzate per cercare di prendere una fetta di pubblico di Dacia con il prodotto DR.**

Domande che l'utenza si pone prima di acquistare una DR o una Dacia

Che casa automobilistica è la DR?

Chi fa i motori della DR?

Perché le auto DR costano poco?

Dove si produce la DR?

Quanto costa la DR più economica?

Quanto costano le macchine DR?

Perché le Dacia costano così poco?

Chi costruisce i motori Dacia?

Dove vengono fabbricate le macchine Dacia?

Quanto costa la Dacia più economica?

Qual è la macchina più conveniente qualità prezzo?

Che auto comprare nel 2023 Economico?

Quanti Km dura una Dacia?

Come vanno i SUV DR?

Chi ha comprato DR?

Quanto costa un tagliando DR?

Che SUV comprare nel 2023?

Quali sono i SUV più economici?

Perché comprare un'auto DR?

Che gruppo fa parte la Dacia?

A cosa corrisponde la Dacia?

Qual è la casa madre della Dacia?

Qual è il motore che dura di più?

Quanto costa un tagliando Dacia?

Chi dura di più motore diesel o benzina?

DOMANDE SULLA CASA PRODUTTRICE

Entrambi i target sono interessati sulla qualità della componentistica. Su DR c'è molto scetticismo rispetto a Dacia. Il potenziale cliente DR si pone domande sulla produzione perché mosso dalle recensioni negative per il web. Il potenziale cliente Dacia lo fa per confermare l'affidabilità e la longevità del marchio.

PERCHÉ COSTA COSÌ POCO?

Entrambi i target si domandano quale sia il motivo di un rapporto qualità/prezzo come quello di DR e Dacia.

DESIDERI DEL TARGET DACIA E DR

Il cliente Dacia pone l'attenzione sulla longevità e l'affidabilità del prodotto; mentre il cliente DR cerca un'auto accessibile, dal design innovativo e dall'alta tecnologia interna.

Domande che l'utenza si pone prima di acquistare una DR o una Dacia

Che casa automobilistica è la DR?

Chi fa i motori della DR?

Perché le auto DR costano poco?

Dove si produce la DR?

Quanto costa la DR più economica?

Quanto costano le macchine DR?

Perché le Dacia costano così poco?

Chi costruisce i motori Dacia?

Dove vengono fabbricate le macchine Dacia?

Quanto costa la Dacia più economica?

Qual è la macchina più conveniente qualità prezzo?

Che auto comprare nel 2023 Economico?

Quanti Km dura una Dacia?

Come vanno i SUV DR?

Chi ha comprato DR?

Quanto costa un tagliando DR?

Che SUV comprare nel 2023?

Quali sono i SUV più economici?

Perché comprare un'auto DR?

Che gruppo fa parte la Dacia?

A cosa corrisponde la Dacia?

Qual è la casa madre della Dacia?

Qual è il motore che dura di più?

Quanto costa un tagliando Dacia?

Chi dura di più motore diesel o benzina?

MOTIVAZIONI IN COMUNE

Entrambi i target cercano una macchina spaziosa (SUV) dal prezzo accessibile, comoda e che consumi poco.

PERCHÉ È IMPORTANTE STUDIARE IL TARGET DACIA?

Il fatto che entrambi i target si facciano le stesse domande su Google conferma quanto detto prima: Dacia e DR sono due marchi molto spesso confrontati dallo stesso potenziale cliente prima di acquistare. **Mirauto deve capire come prendere parte di quel pubblico indeciso su cosa acquistare e spostarlo su un modello DR.**

Analisi delle recensioni su DR, Dacia e MG



Utente_3613224759

Buonasera a tutti,
sono orientato verso l'acquisto di un auto "low-cost". In particolare mi sono soffermato su due vetture: Dacia Duster e DR Evo 5.
Esteticamente e "a pelle" mi piace di più la Evo 5 però ho sentito peste e corna e opinioni contrastanti su DR e
relativa assistenza, anche se tendenzialmente mi pare di capire che abbia fatto molti passi avanti.
Duster esteticamente mi piace meno ma mi da più fiducia perché ha un colosso come Renault alle spalle e
quindi come ricambi/assistenza mi sembra più sicura. Però ho sentito che Dacia ha avuto più di un problema col
GPL.
Conigli?



giullogiulio

mi sembra che la DR abbia grandi passi avanti.
La Dacia Duster in Italia sta facendo fuochi d'artificio. Vende davvero tanto.
Io prenderei la Cino-Molisana anche solo per andare un po' controcorrente



tyzz76

Duster, senza il minimo dubbio. Alle spalle di Dacia c'è Renault, a quelle della DR c'è una casa cinese, che non dà nessuna affidabilità...



@francescocruciani370 5 mesi fa

Queste auto vanno valutate negli anni... non quando sono nuove e luccicose... la Dacia è un trattore, una certezza. Consuma poco ed è un'auto concreta. Queste cinesi sono tanto fumo e poco arrosto... consumi elevati e qualità dei materiali risibile (e comunque da valutare nel tempo)



Giorgio Form · Segui

Product Manager presso Car care automotive (2002–presente) · 3 anni

da esperienza personale prendi sicuramente una dacia sandero, la DR è un assemblaggio di pezzi "cinesi" con gravi lacune di affidabilità motoristica.

La sandero è di derivazione Renault che alla fine non è male, abbastanza spartana, da fare il cambio olio nei giusti tempi ma affidabile, risparmiosa e comoda.

con il gpl hai subito un risparmio, puoi circolare quando ci sono i divieti. (dove specificato).



@paolrau5554 3 mesi fa

La Duster è da anni un'icona nel panorama dei SUV: concreta e senza fronzoli. Design riuscito e abitacolo spazioso, rifinito in modo essenziale... Al contrario, la DR 6.0 vuole fare il salto verso il segmento superiore, proponendosi con finiture appaganti e un'estetica più elegante e curata. A dirla tutta, il confronto è impari e vertirebbe a vantaggio della DR, per dimensioni, spazio e potenza, ma è tutto sommato interessante appurare come, nonostante la maggiore cilindrata e potenza, la Duster sia ad una spenna da lei in termini di prestazioni, complice il peso di gran lunga più contenuto. Sono due auto interessanti, entrambe non perfette, ma, ci mancherebbe trovare la perfezione in auto un po' low cost... Non sono perfette le auto che costano il doppio... In particolare, reputo interessante la DR... Magari, col tempo andranno a migliorare un po' la dotazione di sicurezza e l'infotainment, da sempre i punti critici delle vetture molisane...



@robertopatrignani5429 3 mesi fa

Bho ma tra una cinese e una che ha la qualità franco-giapponese io preferisco la seconda, cioè motore Clio-Micra un po' più cazzuta e un buon telaio collaudato bene e secondo gli standard europei e giapponesi.. Costa poco, ma è decente. Poche pretese ma ottimi risultati.

Analisi delle recensioni su DR, Dacia e MG



Maleficent-Trick8930 8 mesi fa

sapevo che erano cherry. all'apparenza non sembrano poi così male ma la cosa che mi spaventa di più è l'assistenza ho letto di molte persone furiose con problemi che non riescono a risolvere o pezzi di ricambi che non arrivano e hanno l'auto ferma. Secondo me belle all'apparenza ti offrono tante cose ma se hai dei problemi ecco che arriva l' incu**ta e loro se ne lavano le mani. Nelle recensioni ne parlano tutti bene come se fossero un miracolo poi sarà influenzato io dopo aver letto solo cose negative ma proprio non mi convincono, carine le dr ma le mg, stile SUV cinese proprio brutte e sono saic rimarchiate tra l'altro. Fiat non la prendo in considerazione, dacia lasciamo perdere, seat non mi ispira, toyota mi piace ma costa parecchio, mi sa che mi orienterò su clio, i20 o kia rio, non ci sono alternative nella fascia dei 18. 20.000. Se proprio fossi costretto a scegliere tra mq/dr o dacia andrei su dacia.



@emanuelefisichella3327 7 mesi fa

La dacia se non aumentava i prezzi era ancora al primo perché i motori dacia sono i migliori qualitativamente e soprattutto per i consumi che oggi vale più dei prezzi d'acquisto.

La dr è bella esteticamente è il prezzo ci vale per gli optional però la cosa che frena è l'affidabilità del motore e assistenza al cliente.

Mg è un ottimo auto super qualità degli interni optional a non finire è il prezzo è stupendo motori affidabilissimo l'unica pecca è il consumo si parla che con 1 litro di benzina si percorrono circa 12 km praticamente risparmi nell'acquisto perché hai tutto ad un piccolo prezzo ma si spende tanto per mantenerla.



@lenovopieroit 1 mese fa (modificato)

Solo che Duster non ha il cambio automatico a GPL, una gravissima pecca, che fa cambiare la scelta alla cinese.

La Duster non ha il tasto city, uno sterzo troppo sensibile.

La cinese è la versione da 115cv o 146cv?



@riccardobonsignore8142 4 mesi fa

Dr molta più qualità e a mio avviso più bella

1 Rispondi



@capitanandy2535 3 mesi fa (modificato)

Ma perché far passare la DR per italiana?...i tecnici DR non ci sono proprio...le auto arrivano già complete....cambiano la griglia davanti e montano l'impianto gpl...comunque non si trovano i ricambi di carrozzeria per questi modelli DR....un bel problema....se si guarda anche la sicurezza se pur di poco la spunta la Dacia.....di entrambe sicuramente molto migliore è una bella SKODA a 5 stelle euroncap!!!!...queste ne hanno tra si e no 2-3!!!



@fabiolobianco6367 8 mesi fa (modificato)

Bella sfida...il problema delle cinesi sarà sicuramente l'assistenza... almeno Dacia un po' di assistenza ce l'ha 😊

Comunque anche la dr fa gola..



@GiuseppeMarotta-fd2xe 3 mesi fa

Classico prodotto cinese: tutto apparenza in bella vista ma vedi sotto il vestito e non trovi niente. Duster è un bestseller da anni: la maggior parte la vede una poverata e stessa poi va fare a capelli per acquistarla. Riguardo alla meccanica non ci sono paragoni.



@maxsanti6751 1 mese fa

a mio avviso Dacia è ancora da preferire soprattutto per 3 fattori fondamentali : l'affidabilità , la rete di assistenza e i ricambi , provate a cercare una DR una EVO o una MG usate e vedrete che semplicemente non ci sono i casi sono due o sono troppo buone e le persone se le tengono per sempre o si rompono ogni 3x2 e non ci sono i ricambi o comunque durano talmente poco che vanno direttamente dal demolitore

Recap generale delle recensioni su DR, Dacia e MG

SINTESI RECENSIONI DR

La DR viene considerata la macchina dal design più innovativo: i modelli DR soddisfano maggiormente i gusti del pubblico. Tuttavia, il marchio viene criticato pesantemente per i materiali cinesi e per la scarsa assistenza nel post vendita e con i pezzi di ricambio.

Mirauto deve combattere queste obiezioni mostrando tutto il processo di lavorazione fatto in Italia e vendendosi come il concessionario perfetto per gestire/riparare i modelli DR. L'obiettivo è rassicurare il cliente grazie al servizio di post vendita specifico che Mirauto offre per i prodotti DR.

SINTESI RECENSIONI DACIA

Dacia è una macchina meno appetibile sotto un punto di vista estetico, ma molto più credibile (per via di Renault) e molto più affidabile. Il servizio di assistenza Dacia viene considerato molto più efficace rispetto a quello DR.

SINTESI RECENSIONI MG

MG è una macchina dal design più sportivo rispetto a DR, di conseguenza: MG prende una fetta di pubblico più specifica del mercato in cui compete. Le criticità riscontrate su MG sono le stesse di DR (materiali cinesi e scarsa assistenza). Il motore è affidabile ma, a differenza di Dacia e DR, MG consuma più carburante.

NOSTRE CONSIDERAZIONI RIGUARDO IL CONFRONTO

TRA DR E LE ALTRE MARCHE

Mirauto deve vendere DR prendendo in considerazione le marche competitor. Attraverso delle ricerche di mercato approfondite, è possibile aumentare le vendite del prodotto DR sfruttando i punti di debolezza della concorrenza e le carenze di casa madre.

MIRAUTO

Guida i tuoi acquisti



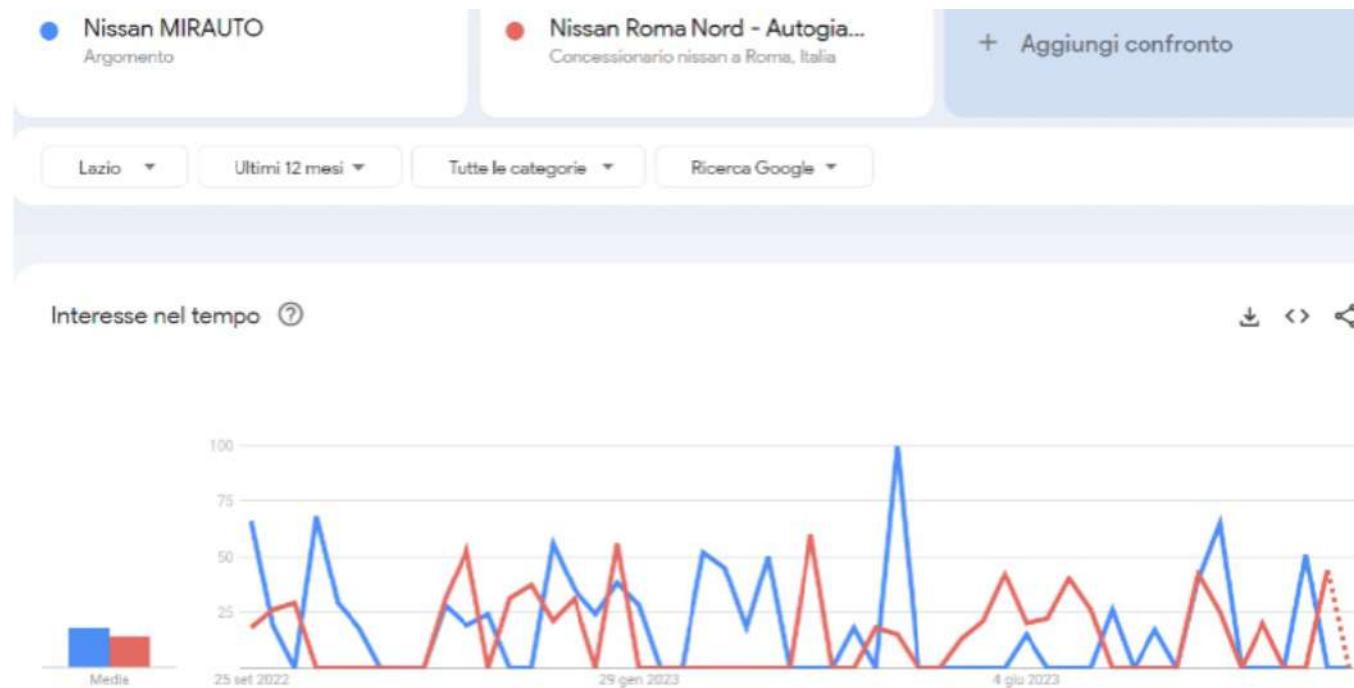
**COSA TROVERAI
IN QUESTO CAPITOLO?**

- Analisi della concorrenza sul prodotto Nissan
- Analisi delle sponsorizzate della concorrenza
- Analisi dei contenuti organici della concorrenza
- Analisi degli annunci Google della concorrenza
- Caso studio Carpoint

ANALISI DELLA CONCORRENZA ONLINE



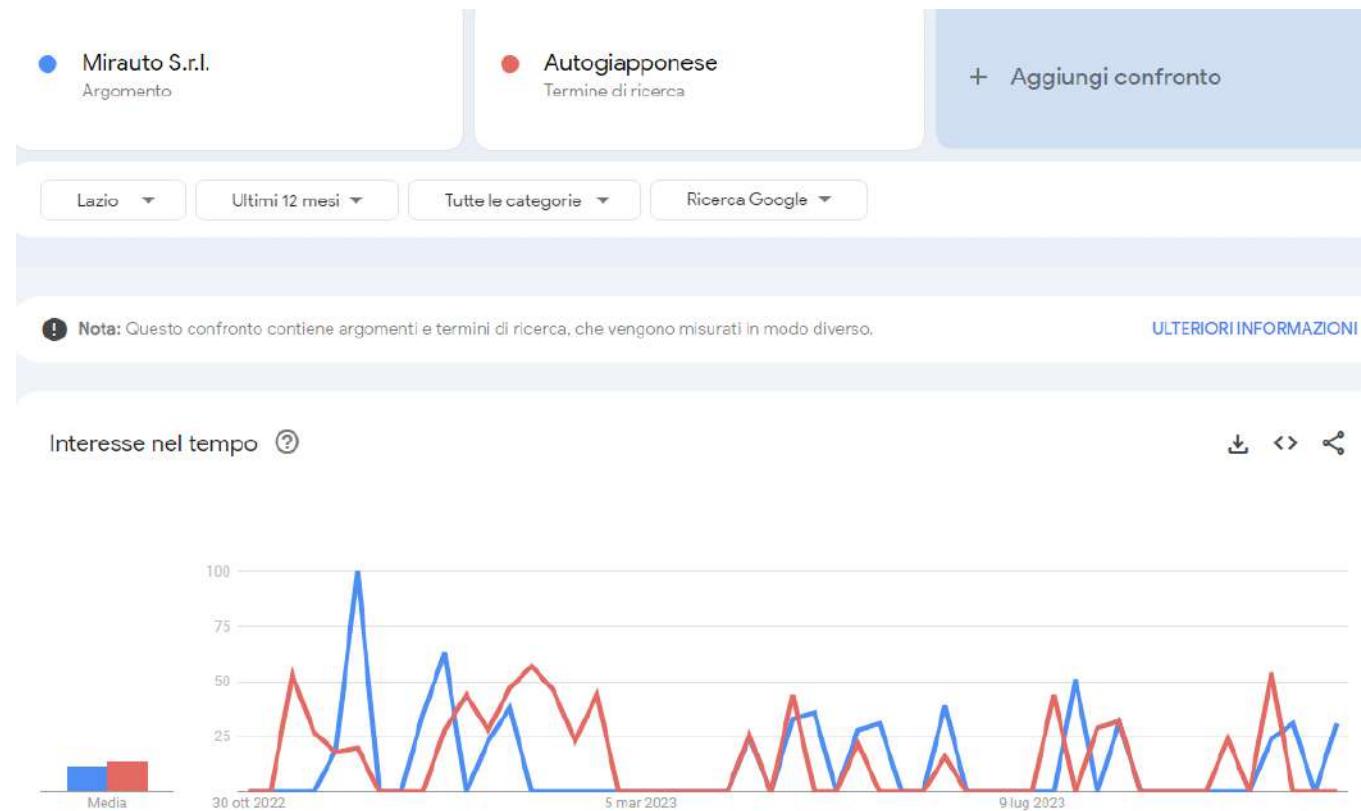
Analisi trend di ricerca tra Mirauto e la concorrenza su Nissan



COMPETIZIONE TRA MIRAUTO E AUTOGIAPPONESE PER I MODELLI NISSAN

Se correlata alla parola “Nissan”, Mirauto ha un volume di ricerca più alto rispetto al suo competitor Autogiapponese (59% contro 41%). Per quanto riguarda Nissan, Mirauto su Roma viene percepito come il concessionario più specializzato.

Analisi trend di ricerca tra Mirauto e la concorrenza su Nissan



SENZA LA PAROLA “NISSAN” TUTTO CAMBIA...

Se la parola “Nissan” non viene digitata prima del nome del concessionario, ecco che i volumi di ricerca di Mirauto calano drasticamente rispetto ad Autogiappone (39% contro 61%). Questo dato attesta che Autogiappone ha un posizionamento molto più forte e memorabile. Mirauto invece, non esiste sul web senza Nissan.

Roma Roma

Mirauto S.r.l.
Autogiappone



Percentuali calcolate a partire dalle ricerche di tutti e 2 i termini nel paese: Roma

Confronto dei contenuti a pagamento (Facebook e Google)



CONFRONTO SULLE SPONSORIZZATE FACEBOOK

Tra la concorrenza, Carpoint è l'azienda che investe più di tutte su Facebook con 170 sponsorizzate registrate da Meta. Mirauto si posiziona solo davanti ad Autostar e Autogiapponese con 25 risultati attivi. Leonori è un altro player molto presente con 120 sponsorizzate attive.

CONFRONTO SU GLI ANNUNCI GOOGLE

Nel grafico, gli annunci Google sono quelli evidenziati nel cerchio. Nonostante la poca presenza sui social, su Google, Autogiapponese distacca tutta la concorrenza con ben 700 annunci indicizzati nel tempo. A seguire ci sono: Carpoint con 200 risultati, Leonori con 55, e infine, Autostar e Mirauto con nessun annuncio registrato.

Confronto con Autostar sulle pagine Facebook dedicate a DR



DRStar Roma

[Inserzioni](#) Informazioni

[~55 risultati](#)



Dr Mirauto - Roma

[Inserzioni](#) Informazioni

[~3 risultati](#)

AUTOSTAR FLAMINIA S.P.A. IN FORMA ABBREVIATA AUTOSTAR S.P.A.

Nome legale: AUTOSTAR FLAMINIA S.P.A. IN FORMA ABBREVIATA AUTOSTAR S.P.A.
Con sede in: Italia
L'inserzionista ha verificato la propria identità

-300 annunci Ordinamento per: data più recente

Informazioni su questo risultato Beta

<https://mirauto.eu/>

Fonte
mirauto.eu è stato indicizzato da Google più di 10 anni fa

CONFRONTO CON DRSTAR (PAGINA DI AUTOSTAR DEDICATA A DR)

Nonostante Autostar investi poco sulla pagina principale del concessionario, nelle pagine dedicate ai prodotti fa un buon lavoro. Il grafico mostra il divario che c'è tra le due pagine dedicate al marchio DR. Autostar è nettamente superiore con 55 risultati contro i 3 risultati di Mirauto. **Mirato deve investire maggiormente sui social tramite un piano di comunicazione strutturato che preveda campagne di brand e di prodotto. Ad oggi, tutta la concorrenza già lo sta facendo.**

Analisi complessiva delle sponsorizzate Mirauto su DR

Dr Mirauto - Roma
Sponsorizzato

Richiedi ora un preventivo gratuito sulle nostre offerte del mese della gamma DR AUTOMOBILES:

- DR 1.0 Tua da 199 € al mese!
- DR 3.0 Tua da 18.900 €
- DR 4.0 Tua da 19.900 €
- DR 5.0 Tua da 21.900 €
- DR 6.0 Tua da 29.900 €...

Dr Mirauto - Roma
Sponsorizzato

Richiedi ora un preventivo gratuito sulle nostre offerte del mese della gamma DR AUTOMOBILES:

- DR 1.0 Tua da 199 € al mese!
- DR 3.0 Tua da 18.900 €
- DR 4.0 Tua da 19.900 €
- DR 5.0 Tua da 21.900 €
- DR 6.0 Tua da 29.900 €...

Dr Mirauto - Roma
Sponsorizzato

Richiedi ora un preventivo gratuito sulle nostre offerte del mese della gamma DR AUTOMOBILES:

- DR 1.0 Tua da 199 € al mese!
- DR 3.0 Tua da 18.900 €
- DR 4.0 Tua da 19.900 €
- DR 5.0 Tua da 21.900 €
- DR 6.0 Tua da 29.900 €...

COPY

Il testo è preso così come viene rilasciato da casa madre. Il risultato è standard e debole perché non seguito da una profonda analisi di mercato.

GRAFICA

Le grafiche sono prese da casa madre e, in alcuni casi, lavorate da Motork. Il risultato è un'immagine aziendale poco riconoscibile e poco differenziata rispetto ai competitor.

TESTING

Se le creatività non vengono monitorate, il concessionario non verrà mai a conoscenza delle performance della sua comunicazione online e non riuscirà mai a perfezionare il lavoro. Tutto questo porta a uno spreco enorme di tempo e denaro.

Analisi complessiva delle sponsorizzate Autostar su DR

ID libreria: 70502221757335 Attna Data di inizio della pubblicazione: 16 ott 2023 Piattaforma: Categorie: Questa inserzione ha più versioni: Inserzioni che usano questa creatività e questo testo: 4	ID libreria: 1250321547988909 Attna Data di inizio della pubblicazione: 16 ott 2023 Piattaforma: Categorie: Questa inserzione ha più versioni: Inserzioni che usano questa creatività e questo testo: 4	ID libreria: 317703990851747 Attna Data di inizio della pubblicazione: 16 ott 2023 Piattaforma: Categorie: Questa inserzione ha più versioni: Inserzioni che usano questa creatività e questo testo: 4	ID libreria: 272229905180534 Attna Data di inizio della pubblicazione: 16 ott 2023 Piattaforma: Categorie: Questa inserzione ha più versioni: Inserzioni che usano questa creatività e questo testo: 4	ID libreria: 493444055451576 Attna Data di inizio della pubblicazione: 16 ott 2023 Piattaforma: Categorie: Questa inserzione ha più versioni: Inserzioni che usano questa creatività e questo testo: 4
Vedi i dettagli di riepilogo	Vedi i dettagli di riepilogo	Vedi i dettagli di riepilogo	Vedi i dettagli di riepilogo	Vedi i dettagli di riepilogo
Nuova DR6 0 tuta a 379€ al mese con Anticipo Zero* È in più inclusa nella rata hai 4 anni di polizza furto/Incendio!	Nuova DR6 0 tuta a 379€ al mese con Anticipo Zero* È in più inclusa nella rata hai 4 anni di polizza furto/Incendio!	Nuova DR6 0 tuta a 379€ al mese con Anticipo Zero* È in più inclusa nella rata hai 4 anni di polizza furto/Incendio!	Nuova DR6 0 tuta a 379€ al mese con Anticipo Zero* È in più inclusa nella rata hai 4 anni di polizza furto/Incendio!	Nuova DR6 0 tuta a 379€ al mese con Anticipo Zero* È in più inclusa nella rata hai 4 anni di polizza furto/Incendio!
Learn More	Apply Now	Learn More	Learn More	Learn More

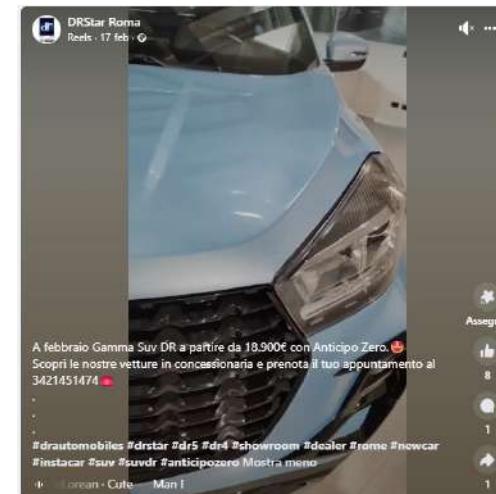
COPY

Anche per Autostar il testo risulta standardizzato. Le uniche leve di marketing sono incentrate sul prezzo della singola rata e la garanzia (importante su DR).

GRAFICA

Non c'è una particolare differenziazione. L'auto viene fatta vedere in più contesti e da più angolature.

Analisi complessiva contenuti organici Autostar su DR



FORMAT RICORRENTI NEI CONTENUTI ORGANICI AUTOSTAR

- Foto di un modello con grafica personalizzata;
- Reel di presentazione dei nuovi modelli o nuovi autosaloni;
- Reel o foto di esposizioni presso eventi o centri commerciali;
- Layout con più modelli.

Analisi complessiva mail marketing di Autostar



**Nuovo Tourneo Courier tuo da 19.900€.
Approfitta ora del Bonus Lancio Prevendita!**

Sta per arrivare il nuovo compagno di viaggio per le tue avventure:

Nuovo Tourneo Courier, tuo a partire da 19.900€.



Il Nuovo Tourneo Courier offre un'ampia capacità di trasporto. L'abitacolo molto spazioso, i sedili posteriori pieghevoli e le numerose soluzioni di stivaggio rendono possibile il trasporto di tutto il necessario per una memorabile avventura all'aria aperta.

Il veicolo offre un'esperienza di guida avanzata grazie al suo **schermo touchscreen** da 12 pollici e all'**infotainment SYNC42**, con **modem FordPass Connect integrato di serie**. Una volta collegato al tuo smartphone tramite l'app FordPass, potrai accedere a un mondo di funzionalità.

Disponibile con **motorizzazione 100% elettrica o benzina**.

LA MAIL COME CONTATTO DIRETTO

Autostar promuove molti dei suoi modelli tramite campagne di mail marketing, anche con un'alta frequenza di pubblicazione. Come si può vedere, le mail di Autostar sono scritte con l'intento di raccontare dettagliatamente il prodotto e simulare un'esperienza di scoperta del modello.

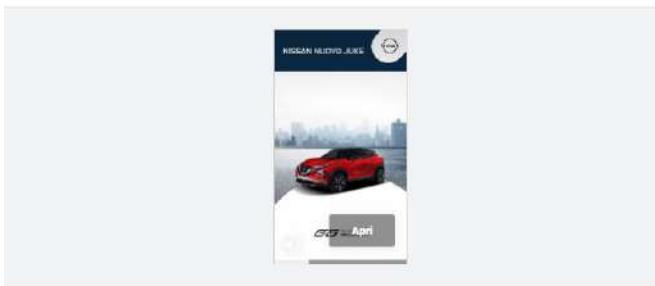
Analisi annunci Google Autogiappone

Data prima pubblicazione: fino al 1° marzo 2023

Argomento (etichettato da Google): Auto e veicoli

Ultima pubblicazione: 24 ott 2023

Formato: Video



⌚ Frequenza di visualizzazione

La frequenza, espressa come gamma numerica, in cui questo annuncio è stato visualizzato nella località selezionata dal giorno 1 mar 2023 al giorno 27 lug 2023.

È possibile che un annuncio venga mostrato a un utente più volte.

0 - 1000

A grid of 12 Google search results for various Japanese car models, all from the "Autogiappone" brand. The results include:
1. Prezzo Nissan Qashqai (Aprile)
2. Gruppo Apollonj Ghetti: Passione e Professionalità (Aprile)
3. Un Team di Esperti saprà guidarti nella scelta della tua Prossima Auto. (Aprile)
4. Hyundai i10 (Aprile)
5. Nuova MG ZS | Gruppo Apollonj Ghetti: Passione e Professionalità (Aprile)
6. Nuova MG ZS | Gruppo Apollonj Ghetti: Passione e Professionalità (Aprile)
7. AUTOGIAPPONESE - SOCIETÀ... (Aprile)
8. AUTOGIAPPONESE - SOCIETÀ... (Aprile)
9. AUTOGIAPPONESE - SOCIETÀ... (Aprile)
10. Nuova Suzuki Ignis | Gruppo Apollonj Ghetti: Passione e Professionalità (Aprile)
11. Nuova Nissan Leaf | Gruppo Apollonj Ghetti: Passione e Professionalità (Aprile)
12. Nuova Nissan Leaf | Gruppo Apollonj Ghetti: Passione e Professionalità (Aprile)

CARATTERISTICHE DELLA PUBBLICITÀ A PAGAMENTO FATTA DA AUTOGIAPPONESE SU GOOGLE

- Autogiappone utilizza del materiale video preso direttamente da casa madre;
- Non solo annunci di prodotto, ma anche di brand;
- Copy e grafica sono presi da casa madre;
- Bassa frequenza di visualizzazione per i prodotti Nissan (0 - 1000).

Analisi annunci Google Autogiappone

The figure consists of three side-by-side screenshots of Google search results. Each screenshot shows a sponsored ad from 'Gruppo Apollonj Ghetti' for a specific car model.

- Screenshot 1 (Left): MG Ads**
 - Data prima pubblicazione: fino al 1° marzo 2023
 - Argomento (etichettato da Google): Auto e veicoli
 - Ultima pubblicazione: 26 ott 2023
 - Formato: Testo
 - Sponsorizzato: Gruppo Apollonj Ghetti (www.gruppoapollonjghetti.com)
 - Concessionarie ufficiali MG a Roma e Viterbo - Gruppo Apollonj Ghetti
 - Un Team di Esperti saprà guidarti nella scelta della tua Prossima Auto. Da Gruppo Apollonj.
 - Frequenza di visualizzazione: 1000 - 2000
- Screenshot 2 (Middle): Nissan Juke Ad**
 - Data prima pubblicazione: fino al 1° marzo 2023
 - Argomento (etichettato da Google): Auto e veicoli
 - Ultima pubblicazione: 26 ott 2023
 - Formato: Testo
 - Sponsorizzato: Gruppo Apollonj Ghetti (www.gruppoapollonjghetti.com)
 - Nissan Juke - Nuova Nissan Juke tua da 23700 €
 - Gruppo Apollonj Ghetti: Passione e Professionalità
 - Frequenza di visualizzazione: 0 - 1000
- Screenshot 3 (Right): MG ZS Ad**
 - Data prima pubblicazione: fino al 1° marzo 2023
 - Argomento (etichettato da Google): Auto e veicoli
 - Ultima pubblicazione: 26 ott 2023
 - Formato: Testo
 - Sponsorizzato: Gruppo Apollonj Ghetti (www.gruppoapollonjghetti.com)
 - Mg ZS - Scopri il Prezzo
 - Scopri l'Allestimento Adatto a Te. Confronta i Prezzi e Richiedi Subito un Preventivo! Scopri il Prezzo della Nuova MG ZS. Contattaci Subito per un Preventivo!
 - Nuova MG ZS
 - MG HS
 - MG4
 - Frequenza di visualizzazione: 25000 - 30000

SFRUTTARE LA BASSA FREQUENZA DI VISUALIZZAZIONE DI AUTOGIAPPONESE

La bassa frequenza di visualizzazione è data anche dal fatto che il gruppo Apollonj Ghetti distribuisce il budget su molti marchi. Da notare come gli annunci dedicati al marchio Nissan abbiano un basso riscontro (0 - 1000) rispetto a quelli su MG (25000 - 30000). Questa è una buona opportunità da parte di Mirauto per far girare i propri annunci a pagamento Nissan su Google e prendere quella fetta scoperta.

Analisi annunci Google Leonori

The screenshot shows a Google search results page for 'Leonori' with the following filters: Qualsiasi data, Paese di visualizzazione: Italia, Video. The search bar includes 'Tutti gli argomenti' and 'Cerca per inserzionista o sito web'. Below the search bar, it says 'Leonori S.p.A.' followed by 'Nome legale: Leonori S.p.A.' and 'Con sede in: Italia'. A badge indicates 'L'inserzionista ha verificato la propria identità'. At the bottom left, it says '0 annunci'. To the right, there are several ads from Leonori S.p.A. for different car brands:

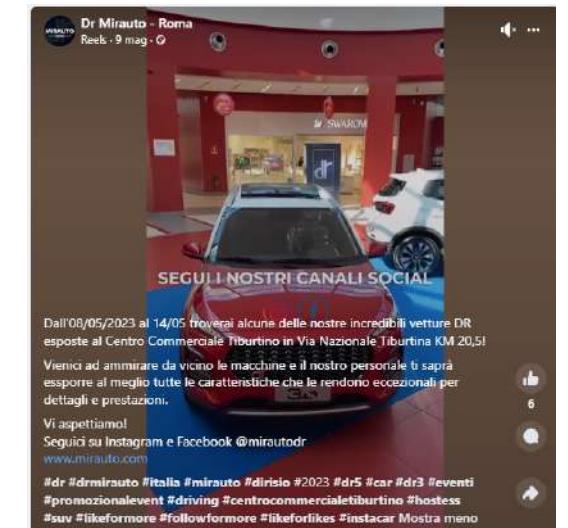
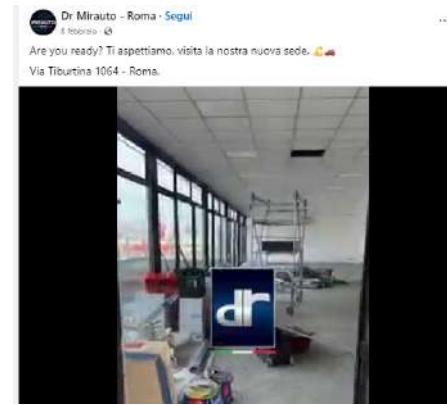
- Lancia Ypsilon**: Ad for Lancia Ypsilon with a blue car image. Text: 'Lancia Ypsilon è anche GPL da Leonori. Nuova Lancia Ypsilon Ecothic GPL lasciai sistema della fashion city car'. Advertiser: Leonori S.p.A.
- Alfa Romeo**: Ad for Alfa Romeo with three cars (green, white, red) in a snowy landscape. Text: 'Concessionaria Alfa Romeo. Approfitta delle promozioni del mese su tutti i modelli Alfa Romeo. Scopri di più ora'. Advertiser: Leonori S.p.A.
- Tutta la Gamma Alfa Romeo**: Ad for Alfa Romeo with a white car. Text: 'Ricci la gamma Alfa Romeo. Per tutto il mondo'. Advertiser: Leonori S.p.A.
- DS Automobiles a Roma**: Ad for DS Automobiles with a white car. Text: 'Raffinatezza e tecnologia al top. Vieni nelle sedi Leonori'. Advertiser: Leonori S.p.A.
- DS Automobiles**: Ad for DS Automobiles with a white car. Text: 'Approfitta delle promozioni del mese su tutti i modelli DS Automobiles. Scopri di più ora'. Advertiser: Leonori S.p.A.
- Scopri di più >**: A button for the DS Automobiles ad.
- Scopri di più >**: A button for the Alfa Romeo ad.
- Leonori S.p.A.**: A separate ad for Leonori S.p.A. with a white car. Text: 'Leonori S.p.A.'

CARATTERISTICHE DELLA PUBBLICITÀ A PAGAMENTO FATTA DA LEONORI SU GOOGLE

- Copy cucito su uno studio preliminare del target;
- Assenza di video;
- Grafica presa da casa madre;
- Grande attenzione al servizio di post vendita sul prodotto Jeep.

Mirauto deve fare la stessa cosa, ma con il prodotto DR.

Analisi contenuti organici DR Mirauto



ASPECTI SU CUI MIGLIORARE

- Copy standardizzato e debole;
- Grafica non coerente e riconoscibile, ma confusionaria;
- I post di aggiornamento del settore automotive sono dei copia e incolla da fonti specifiche;
- Poca comunicazione riguardo: nuovi modelli, autosaloni, eventi ed esposizioni in centri commerciali;
- Molta confusione tra i marchi Mirauto, DR, Nissan e Aixam;
- Non c'è una programmazione di contenuti che segua delle strategie di marketing;
- Il personale non viene mai mostrato, così cadono i valori di cortesia e vicinanza.

Possibili format per la comunicazione social di Mirauto

CAMPAGNE DI DIRECT MARKETING

Foto/video rappresentanti di un modello/servizio con una grafica e un copy personalizzato.

POST PARTECIPAZIONE AD EVENTI, RADUNI, ESPOSIZIONI

Creare un piano di più contenuti che generi hype intorno all'evento.

POST DI AGGIORNAMENTO NEL SETTORE AUTOMOTIVE

Si studiano gli argomenti d'interesse del target per scrivere dei contenuti di stampo informativo.

VIDEO DI PRESENTAZIONE DEGLI AUTOSALONI O DEI MODELLI NUOVI

Video dove l'utenza vive l'autosalone o l'esperienza di un nuovo modello in casa Mirauto.

CAMPAGNE DI STORYTELLING

Campagne dove si riempie di valore il marchio tramite il sistema di credenze del brand.

STORIES GIORNALIERE

Micro-video/foto che raccontano la quotidianità e il dietro le quinte del concessionario.

RUBRICA VENDITORE

Video dove uno dei migliori venditori presenta un modello o uno specifico optional.

RUBRICA ACCETTATORE

Video dove l'accettatore risponde alle problematiche quotidiane dei clienti con piccole tips.

CONTENUTI INFORMATIVI SU ALCUNE MODALITÀ DEL CONCESSIONARIO

Video su come acquistare un modello, come si utilizza l'app, come si ottiene l'auto di cortesia ecc.

Caso studio Carpoint



Nessuno sa come prendersi cura della tua **Dr** meglio di noi. Carpoint ti assiste nel processo di manutenzione della tua **Auto Dr.** Ti garantiamo la tranquillità che tutti i lavori vengano eseguiti da tecnici qualificati.

Se desideri avere maggiori dettagli riguardo i nostri servizi di assistenza, non esitare a contattarci.

 [Prenota qui](#)  [06517623](#)

Caso studio Carpoint

Ci impegniamo, da sempre, a garantire la tua mobilità, in qualsiasi situazione.

Per questo, da oggi tutti i Clienti Dr che effettuano un tagliando di manutenzione hanno a disposizione, gratuitamente per un giorno, un mezzo come **vetture di cortesia**. La soluzione ideale per non fermarsi, continuando a muoversi nel massimo comfort senza dover rinunciare alle proprie attività durante gli interventi di manutenzione.

I ricambi originali DR sono ideati e progettati per mantenere nel tempo le caratteristiche di affidabilità, comfort e performance che la vettura è in grado di offrire appena uscita dalla fabbrica.

I ricambi originali DR sono la soluzione ideale per la cura e la manutenzione della tua auto perché rispettano esattamente le specifiche tecniche di primo impianto.

Chiedi alla Carpoint il tuo Ricambio originale.

Profilo cliente Nissan

ETÀ E CARATTERISTICHE

Da 35 a 65 anni, oggi principalmente uomo vista la mancanza da catalogo del modello Micra (principalmente richiesta dal segmento femminile).

Professione dal potere d'acquisto medio-alto: avvocati, commercialisti, forze dell'ordine ecc. Sportivo, amante dell'avventura e del viaggio on the road.

DESIDERI

Desidera autovetture grandi e spaziose. Cerca un prodotto, innovativo, di alta tecnologia e stile.



Profilo cliente DR Automobiles

ETÀ E CARATTERISTICHE

Da 30 a 65 anni, uomo dalla DR 4 in su e donna dalla DR 1 alla DR 3. Potere d'acquisto medio. Percorre quotidianamente molti chilometri.

DESIDERI

Desidera autovetture grandi e spaziose dal prezzo mediamente basso. Cerca un prodotto che, nonostante il prezzo medio-basso, lo soddisfi in termini di tecnologia, design e stile.

Un altro desiderio è il risparmio legato al carburante, molti sono interessati al GPL.



Profilo clienti Aixam

ETÀ E CARATTERISTICHE DEL TARGET PRIMARIO

Da 14 a 18 anni, potere d'acquisto dei genitori medio-alto.

DESIDERI

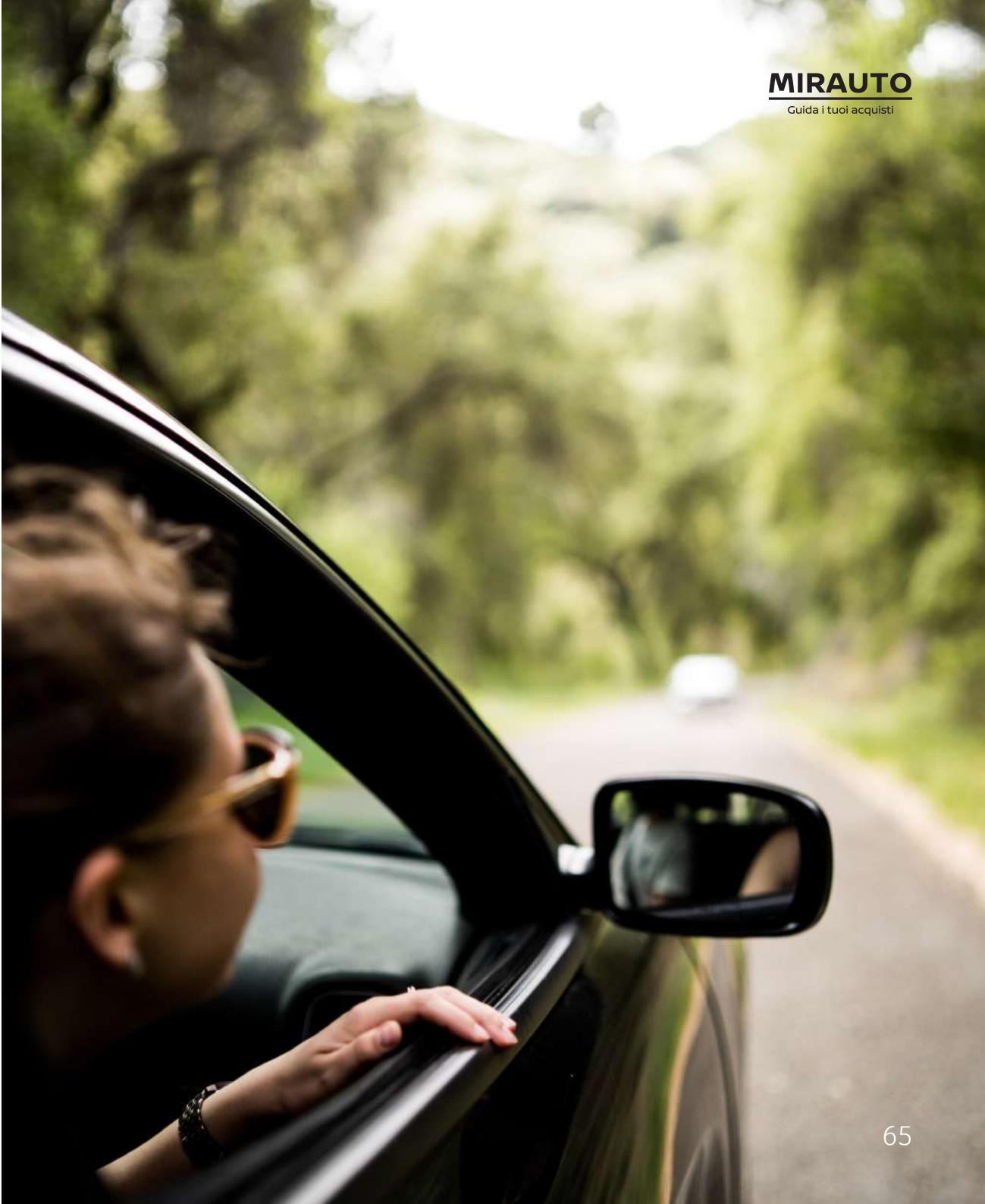
Da forte valore allo stile e al trend del momento, caratteristiche che oggi il prodotto Aixam permette. Cerca una personalizzazione completa del modello

ETÀ E CARATTERISTICHE DEL TARGET SECONDARIO

Genitore da 35 a 65 anni, potere d'acquisto medio-alto.

DESIDERI

Affidabilità e sicurezza del prodotto.



PROGETTARE IL RESTYLING DEL MARCHIO MIRAUTO

Aumentare le potenzialità del marchio Mirauto sviluppando un brand manual per tutte le applicazioni online e offline.

ELABORARE UNO STORYTELLING MIRAUTO

Spostare tutto il valore acquisito nel tempo tramite Nissan su Mirauto. Il nuovo storytelling deve incentivare la vendita plurimarca.

MIRAUTO

Guida i tuoi acquisti

ELABORARE UNO STORYTELLING MIRAUTO DR

Trasferire il valore Mirauto su un nuovo brand come DR, che presenta non poche difficoltà nella fase di vendita, ma con enormi potenzialità di business.

DISCUTERE LA POSSIBILITÀ DELLA PARTE RENT

Sviluppare una nuova linea di business all'interno del mondo Mirauto. Sarà indispensabile trovare una proposta differenziante rispetto alla concorrenza, che già presidia il mercato da anni.

ELABORARE UN PIANO DI COMUNICAZIONE

Rivedere completamente un piano di comunicazione Mirauto. In seguito, progettare e sviluppare un ulteriore piano di direct marketing che mira alla vendita dei singoli prodotti/servizi.

ANALIZZARE, RAZIONALIZZARE, SVILUPPARE

Analizzando l'offerta, l'esperienza, il posizionamento e le esigenze del target Mirauto, vi rilasciamo questo documento che vi permetterà di razionalizzare e poi sviluppare una nuova comunicazione Mirauto; sperando di poter proseguire insieme questo nuovo percorso. In conclusione, per adeguare l'azienda ad un mercato che sta fortemente cambiando, bisogna investire su tre operazioni principali; a prescindere della soluzione che si sceglierà in termini di comunicazione:

- Mirauto non è più solo Nissan, deve investire nel suo brand, non in quello delle case madri.
- La vendita deve essere eseguita secondo le esigenze Mirauto, come brand plurimarca.
- Il post vendita è il servizio differenziante rispetto alla concorrenza, è quello che bisogna comunicare più di tutti.

