

DealerPlay Academy

Percorsi formativi per i Dealer

► I percorsi formativi

DPA01 | **Generare Lead in Concessionaria e in officina con il Video Marketing.**

DPA02 | **La diffusione dei video per generare lead in Concessionaria e in Officina.**

DPA03 | **BDC Video Experience:**

come creare una relazione esperenziale con i video tra operatore BDC, lead e clienti.

DPA04 | **Experiential Salesman Video:**

come realizzare e condividere video esperenziali con i lead.

► DPA01 | Generare Lead in Concessionaria e in officina con il Video Marketing

L'obiettivo del percorso è quello di trasferire le conoscenze necessarie per redigere un piano editoriale e per individuare la tipologia di video migliore per raggiungere precisi obiettivi, quali:

- Acquisizione del traffico
- Creazione dell'audience
- Aumento delle occasioni di contatto in concessionaria
- Incremento dei passaggi in officina

Unitamente alle strategie più efficaci per diffondere il video, intercettare persone interessate a ciò che offre il dealer, creare un pubblico caldo a cui sottoporre la call to action necessaria alla generazione dei lead.

► DPA01 | **Generare Lead in Concessionaria e in officina con il Video Marketing**

Contenuti del corso

- Gli obiettivi del video marketing.
- La stesura del piano editoriale per creare nuove relazioni e per generare Lead.
- Video per promuovere la vendita di auto nuove e usate e per promuovere il noleggio.
- Video per promuovere i servizi dell'officina.
- Video per creare pubblici qualificati a cui sottoporre una call to action.
- Lo script: cosa comunicare e cosa evidenziare nei video.
- Come diffondere il video con le campagne social (obiettivi, pubblico e budget).
- Come creare e gestire pubblici personalizzati (composto dalle persone che vedono i video).
- Come sfruttare i pubblici personalizzati per generare Lead.
- Analisi dei report statistici per ottimizzare le campagne a pagamento e raggiungere gli obiettivi.

► DPA02 | La diffusione dei video per generare lead

Il corso “La diffusione dei video per generare lead in Concessionaria e in Officina” nasce dalla constatazione che spesso i video non riescono ad intercettare le persone realmente interessate a ciò che offre il dealer, coinvolgere le persone raggiunte e gestire il pubblico che guarda il video al fine di eseguire la call to action: richiedere un preventivo, fissare un appuntamento, prenotare un test driver, ecc.

Per arrivare alla generazione del Lead è necessario seguire un percorso che parte dalla produzione di un video professionale, ma che passa dall'esecuzione di campagne social efficaci, alla creazione di un'audience, al nurturing, fino alla call to action.

► DPA02 | La diffusione dei video per generare lead

Contenuti del corso

- Gli obiettivi del video marketing.
- Come diffondere le differenti tipologie di video con le campagne social.
- I diversi obiettivi (notorietà, copertura, traffico, visualizzazioni del video, messaggi, ecc.).
- Il pubblico.
- La copertura potenziale.
- Il budget.
- Come creare e gestire pubblici personalizzati (composto dalle persone che vedono i video).
- Come sfruttare i pubblici personalizzati per generare Lead.
- La landing page adatta alla specifica tipologia di video.
- Analisi dei report statistici per ottimizzare le campagne a pagamento e raggiungere gli obiettivi.

► DPA03 | BDC Video Experience

BDC Video Experience è un percorso di formazione e consulenza che ha l'obiettivo di aumentare le performance del BDC delle concessionarie attraverso l'utilizzo dei video, permettendo agli operatori del BDC di migliorare la customer experience.

L'adozione di un approccio di questo tipo consente di instaurare una migliore e più proficua relazione con la persona sentita al telefono, mostrare il volto dell'operatore del BDC aumentandone l'empatia, avere una familiarizzazione con l'ambiente della concessionaria, aumentare il ricordo del dealer e dell'esperienza avuta, abituare il cliente ad una comunicazione video attraverso WhatsApp per video messaggi futuri.

▶ DPA03 | **BDC Video Experience**

Percorso di formazione

- Aumentare la customer experience con i video.
- Instaurare una migliore e più proficua relazione con la persona sentita al telefono.
- Il primo video dopo aver fissato l'appuntamento al telefono.
- Il video dopo la consegna e le foto del ritiro dell'auto.
- Abituare il cliente ad una comunicazione con i video attraverso WhatsApp.
- Aumentare il ricordo del dealer e dell'esperienza avuta.
- Promuovere le attività del Service.
- Il piano editoriale dei video da inviare con WhatsApp ai clienti, dopo una settimana dalla consegna, dopo un mese dalla consegna, nei mesi seguenti e nei diversi periodi stagionali.

▶ DPA03 | **BDC Video Experience**

Percorso di consulenza

Il percorso di consulenza prevede la realizzazione e la fornitura dei video del piano editoriale inviati dal BDC ai clienti.

- I video tutorial dopo una settimana dall'acquisto.
- I video successivi:
 - Il video di presentazione dell'officina e del Service Manager.
 - I servizi dell'officina.
 - La prenotazione online degli interventi di assistenza e manutenzione.
 - Il servizio di soccorso, il pick-up & delivery, la carrozzeria, il servizio pneumatici, ecc.
 - Le campagne di casa madre e del dealer.

▶ DPA04 | **Experiential Salesman Video**

Il percorso Experiential Salesman Video ha l'obiettivo di aumentare le performance dei venditori delle concessionarie attraverso l'utilizzo dei video da inviare ai lead e da condividere durante le video call per aumentare la customer experience.

Durante il corso saranno illustrate le tecniche più efficaci per realizzare video di presentazione del venditore, della concessionaria e dell'auto scelta dal cliente.

L'utilizzo dei video consente di instaurare una migliore e più proficua relazione con le persone, mostrare il volto del venditore aumentandone l'empatia, avere una familiarizzazione con l'ambiente della concessionaria, aumentare il ricordo del venditore.

► DPA04 | **Experiential Salesman Video**

Contenuti del corso

- Aumentare la customer experience con i video.
- Instaurare una migliore e più proficua relazione con i lead.
- Video da inviare prima dell'appuntamento o della video call e da condividere durante la video call.
- L'invio di video ai clienti durante la fase di attesa dell'auto, dall'ordine alla consegna.
- Video di presentazione del venditore, della concessionaria e della vettura scelta.
- Come realizzare i video in autonomia.
- Le attrezzature da utilizzare.
- Il testo, il set, le inquadrature più efficaci, la luce ed i movimenti di camera con lo stabilizzatore.
- Le video chiamate "live".
- Esercitazione pratica.

▶ William Spinetti, *trainer & coach*

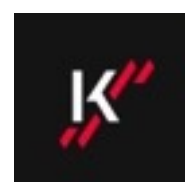


Ho pensato a questi percorsi formativi dopo aver incontrato molti dealer con cui ho collaborato, accorgendomi delle criticità che spesso emergono nello sfruttare le opportunità offerte dal video marketing.

Principali esperienze



Executive Producer
Dealer Play | www.dealerplay.it



Trainer & Coach
MotorK



Speaker Automotive Dealer Day e Service Day
Quintegia



Docente
Master in Automotive Management e Digital Marketing