

MotorK annuncia l'apertura delle iscrizioni alla ventunesima edizione di **Internet Motors**, il più importante appuntamento europeo per discutere dei trend e del futuro del comparto automotive. Rivolto alle case auto, ai dealer e all'industry digitale, l'evento avrà luogo il **12 e il 13 giugno** prossimi presso il **Teatro Nazionale di Milano**. Come da tradizione, la prima giornata sarà dedicata alla prospettiva delle concessionarie italiane, mentre la seconda sarà focalizzata sul punto di vista delle case auto, dell'industry automotive e della pubblicità interattiva. Anche quest'anno MotorK conferma la partnership con **IAB Italia**, associazione leader nel campo della pubblicità digitale a livello mondiale, per l'organizzazione di questa giornata.

Mobilità condivisa, e-commerce, nuovi player pronti a rivoluzionare il settore: questi e molti altri sono i temi che daranno il via al dibattito della due giorni milanese, nata con l'obiettivo di individuare e discutere i trend più importanti che stanno disegnando il futuro della distribuzione automobilistica, per offrire ai diversi attori del mercato risposte vincenti con cui rispondere alle esigenze dei consumatori, sempre più smart e connessi.

Internet Motors darà vita a una due giorni di incontri con i più importanti esperti nazionali e internazionali del settore: opinion leader la cui prospettiva sarà utilissima per capire al meglio come si stia evolvendo costantemente la *customer journey* del cliente finale. La presenza di **IAB Italia** come co-organizzatore della seconda giornata garantirà al pubblico in sala spunti e stimoli di approfondimento riguardo le molteplici opportunità offerte dal digitale al mondo delle quattro ruote.

«Ormai alla sua ventunesima edizione, Internet Motors è diventato un punto di riferimento per gli operatori che cercano il confronto sulle tematiche più attuali del settore automotive - dichiara Marco Marlia, fondatore e CEO di MotorK, società ideatrice dell'evento. - Il ritmo con cui la rivoluzione digitale sta investendo tutto il comparto impone una riflessione e un dialogo costanti tra tutti gli attori del mercato, che hanno il dovere di interrogarsi sulla direzione che prenderanno i consumi nei prossimi anni: le modalità di acquisto ed utilizzo dell'auto tradizionali sono destinate a fare i conti con alternative ormai a portata di mano».

«Secondo i dati Nielsen - ha dichiarato Daniele Sesini, Direttore Generale di IAB Italia - l'Automotive ha rappresentato l'11% degli investimenti in digital advertising, guadagnandosi nel 2018 il primo posto nel ranking dei settori per valore di spesa in pubblicità digitale. La diminuzione delle audience della TV lineare ha prodotto un incremento del costo per raggiungere le audience rimanenti, spingendo le aziende a differenziare i propri investimenti attraverso una pianificazione più significativa dell'online sia sui canali editoriali sia sulle piattaforme social. Se è vero che la vendita dei veicoli è

quasi esclusivamente in modalità offline, la presenza dei brand online risulta fondamentale nel momento della valutazione e comparazione; per le case automobilistiche diventa quindi importante, per raggiungere il proprio target in modo efficace, presidiare anche tale tassello della customer journey».

Per maggiori informazioni e per iscriversi all'evento visitare il sito
<https://www.internetmotors.it/>

La partecipazione all'evento è gratuita solo per dealer, case auto e operatori di settore.

© riproduzione riservata
pubblicato il 27 / 05 / 2019