

Estudio sobre el sector de la automoción en España 2021/22





Índice

- 01 Punto de partida
- 02 Cambios relevantes en 2021/2022
- 03 De qué se habla en Internet
- 04 Cambios de tendencia en la red
- 05 Nuevos retos del sector
- 06 La estrategia perfecta
- 07 Conclusiones



Punto de partida

01



Razón del estudio

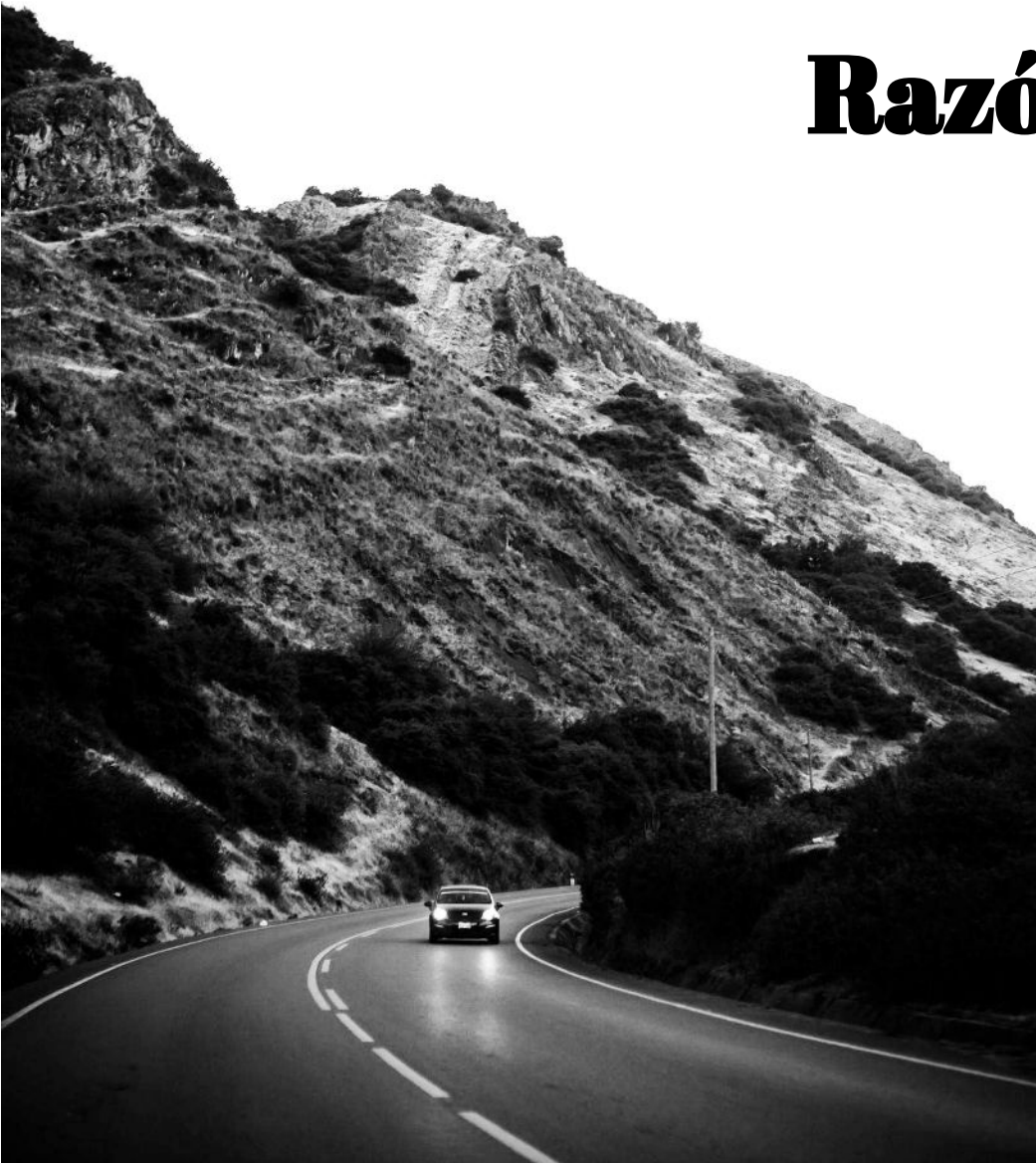
En Internet República somos especialistas en SEO, SEM, Paid Media, Redes Sociales y Estrategia Digital.

Tenemos una larga experiencia en la búsqueda de tendencias online, que nos permite entender el comportamiento del usuario.

De ahí que hayamos querido analizar cómo influyen los agentes externos en el comportamiento de los usuarios en la red y la formas de comunicación de las marcas.

El estudio se ha enfocado en los resultados obtenidos en las búsquedas en relacionadas con la industria del automóvil durante el 2021 y cómo las marcas han adaptado su comunicación digital a ciertos factores externos.

Este análisis se ha efectuado recogiendo una muestra de búsquedas y conversaciones sociales desde el comienzo 2021 hasta el 15 de enero de 2022.



Metodología

Nuestro objetivo es detectar la influencia de las medidas y situaciones externas al mundo del motor en el comportamiento de los usuarios digitales.

La finalidad del estudio reside en la necesidad de conocer cómo modifican la conducta de búsqueda los usuarios a la hora de adquirir un vehículo nuevo según la actualidad del mercado. Además, analizaremos si las marcas adaptan su estrategia de comunicación según estos factores externos.

Para ello hemos utilizado diferentes herramientas de tendencias que analizan las búsquedas de los usuarios durante los últimos 12 meses (Keyword Planner, Keyword Magic tool de SemRush, Sistrix).

Además, hemos analizado una muestra de 43.840 menciones que se han realizado durante este periodo en redes sociales, blog y diferentes webs de medios de comunicación.



Cambios en el sector 2021/2022

02



Factores externos

¿Qué cambios se han producido?

01

Escasez de semiconductores

El confinamiento durante la primavera de 2020 y el aumento de la demanda de los dispositivos electrónicos han provocado retrasos en las entregas de nuevos vehículos y dispositivos electrónicos a nivel mundial.

02

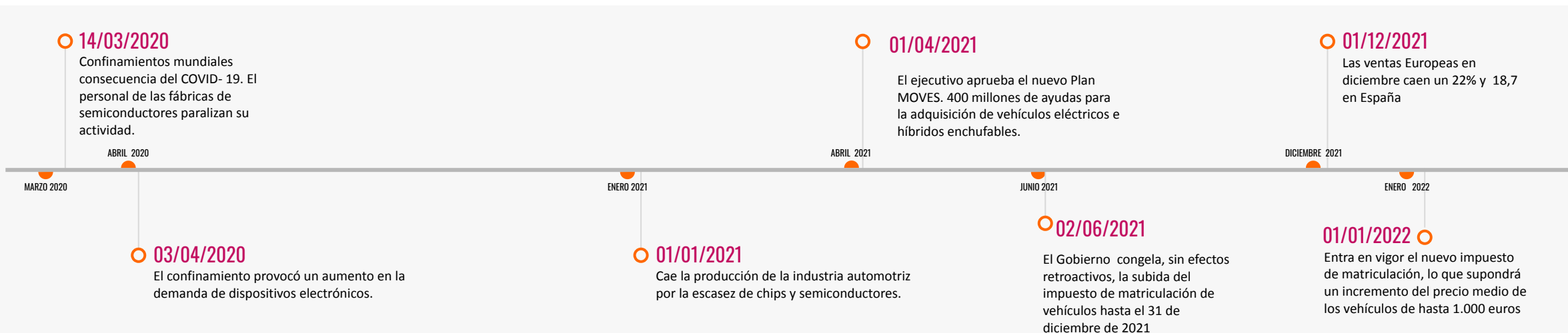
Impuesto de matriculación

Finalizado el período de gracia aprobado por el Congreso en junio, quienes vayan a cambiar de coche a partir de enero de 2022 sufrirán las consecuencias fiscales de la entrada en vigor del sistema europeo de homologación de consumo y emisiones.

03

Vehículos eléctricos e híbridos

El Gobierno de España pone en marcha el Plan MOVES 2021. Ayudas directas para la compra de coches eléctricos así como para la mejora de la infraestructura de puntos de carga.



La venta de coches nuevos no remonta en 2021

El principio de una década desesperanzadora

El presente estudio tiene como objetivo analizar los cambios sufridos por el sector de la automoción durante el 2021. Al iniciarse 2022 aparecen los informes anuales indicando la evolución anual. En este caso los hebdomedarios han informado sobre **el año negro sufrido por la industria de la automoción: “el sector cerró 2021 con 859.477 ventas, casi 400.000 menos que las notificadas en 2019”**, de manera análoga podemos decir que **la venta de coches sigue un 30% por debajo de los años anteriores a la pandemia**. Datos preocupantes para las marcas que necesitan respuestas a esta caída.

Además del desplome de las ventas, la incertidumbre ha sido mayor por la escasez de semiconductores y chips, la subida del impuesto de matriculación y la entrada en vigor de planes de ayuda que fomentan la adquisición de vehículos eléctricos tiene una repercusión directa en el comportamiento de los usuarios en la red.

Este tipo de factores externos repercuten directamente en las marcas del sector. Como consecuencia las empresas tienen que adaptar su estrategia de comunicación a los factores externos y a la demanda de los usuarios.

Las ventas de coches nuevos en Europa baja un 2,4%

En 2021 se vendieron en la Unión Europea 9,7 millones de coches según ACEA (Asociación Europa de Fabricantes del Automóvil). A pesar de estas cifras España se sitúa con un ligero crecimiento del 1%. Alemania fue el mercado principal que tuvo mayor caída con un 10,1 % menos.

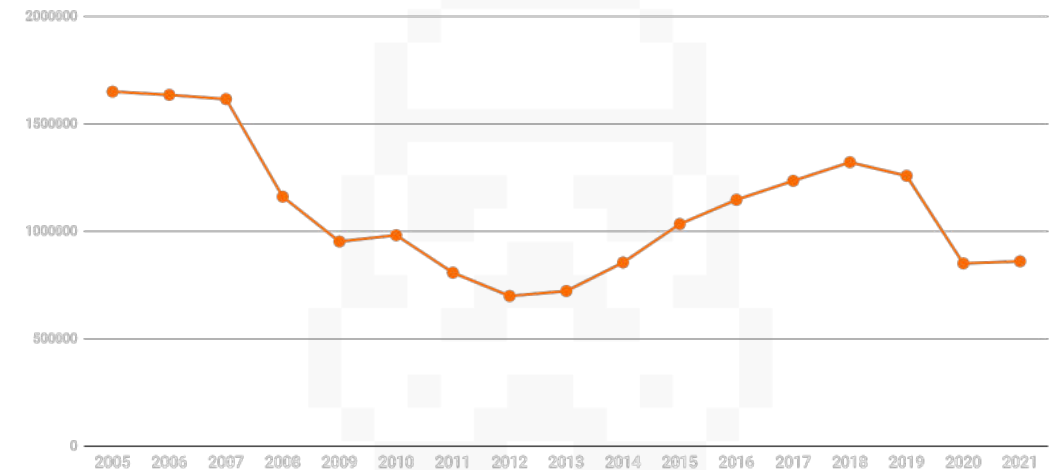
Matriculaciones de turismos cada año de 2005 a 2021

 **Alemania:** ↓ -10,1%

 **España:** ↑ +1%

 **Total Europa**
↓ -2,1%

Matriculaciones de turismos cada año de 2005 a 2021



Fuente: Anfac

Lituania (-22%), Bélgica (-11,2) y Alemania (-10,1) encabezan el descenso de ventas durante el 2021 en Europa:

En el lado contrario, Grecia (+24,6), Croacia (24,7) Irlanda (+18,5)



La venta de vehículos de segunda mano crece un 8,56%

Según los datos facilitados por Ancove (asociación Nacional de Comerciantes de Vehículos), durante el 2021 se vendieron 1.989.662 turismos en España, lo que supone un incremento superior al 8% respecto al año anterior.






La falta de disponibilidad de los vehículos nuevos y su precio más asequible, han convertido al vehículo de segunda mano el producto estrella del 2021.

Los vehículos híbridos enchufables han sido la gran revelación del mercado de segunda mano, han aumentado un 280 %.

2,14 millones de coches de segunda mano vendidos en 2021

El precio de valor medio de estos vehículos oscila entre los 12.000€ y los 19.000€. Estos activos, más asequibles, hacen más difícil la renovación de la flota de vehículos en España, que tiene una edad de 13 años.

Tabla de vehículos de segunda más vendidos 2021

	Modelo	unidades vendidas
1º	 Renault Mégane	77.515
2º	 Volkswagen Golf	75.524
3º	 Seat Ibiza	68.553
4º	 Seat León	58.655
5º	 Ford Focus	57.785

El Renault Mégane es el vehículo de segunda mano más vendido en España en 2021 con 77.515 unidades.

Volkswagen Golf y Seat Ibiza le siguen en número de unidades vendidas durante el 2021



De qué se habla en Internet

03



¿Qué les preocupa a los españoles a la hora de comprar un automóvil?

La intención de búsqueda de los españoles a la hora de comprar un coche ha cambiado siguiendo la tendencia del mercado.

Las principales búsquedas en Google muestran el interés por: *vehículos de segunda mano, modelos de coches eléctricos*, así como consultas sobre marcas de coches.

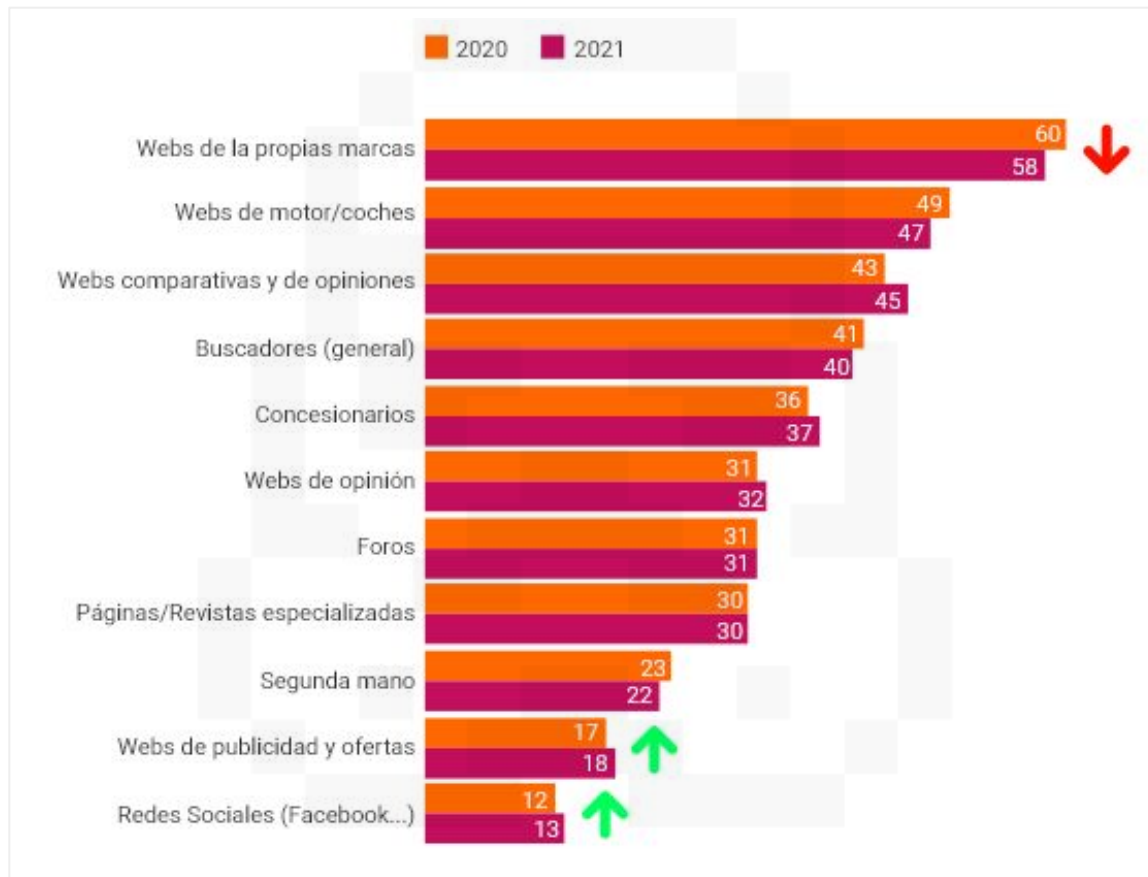
Las búsquedas de "precio" y "barato" siguen en alza.

Por otro lado, en 2021 aparecen nuevos factores que preocupan a los usuarios a la hora de comprar un coche: **umentan las búsquedas informacionales**, y las preguntas giran entorno a *matriculación, impuesto, crisis...* y se amplían las preguntas de usuarios buscando **información sobre coches eléctricos**.

La **financiación de coches nuevos** crece en las búsquedas, especialmente tras el aumento de precios del sector.



¿Dónde buscan información antes de comprar un automóvil?



Según los datos de Cetelem, las webs de las propias marcas (58%) y las webs de motor (47%) son las dos opciones preferidas para buscar información, aunque en ambos casos se produce un descenso de 2 puntos porcentuales respecto a 2020. Las webs comparativas y de opiniones ocupan el tercer lugar en el ranking con un aumento en el último año.

Falta de información desde las propias marcas

Analizando estos datos, vemos cómo las webs de propias marcas de coches van perdiendo protagonismo en la conversación online, debido a la falta de información relevante ante las **crecientes preguntas de usuarios y el vacío de información**.

Las redes sociales como respuesta al vacío de información

Es interesante destacar también que las **redes sociales cobran poco a poco un papel clave en la búsqueda de información** y en la conversación entorno a temas que preocupan a los usuarios a la hora de tomar decisiones en un mercado lleno de incertidumbre.





El impuesto de matriculación impulsa los vehículos eléctricos

El impuesto de matriculación supone un agravio para los coches tradicionales con mayor nivel de emisiones. Pagar de más no es del gusto de nadie, sobre todo teniendo en cuenta otros factores a valorar como la constante subida del crudo. Por ello los consumidores se replantean nuevas alternativas que les permita realizar una compra segura y próspera.

Como los coches eléctricos quedan exentos de este tributo, y muchos híbridos también, los compradores han escogido adquirir un modelo sostenible. Así lo corrobora el crecimiento de un 66% de los eléctricos e híbridos en Europa.

El desabastecimiento, junto al impuesto de matriculación, es otro motivo que ha impulsado a los vehículos eléctricos. “La crisis de los microchips y los paros en las cadenas de suministro suponen que el tiempo medio de entrega de un vehículo en España sea de entre 6 y 8 meses, lo que implica que aquellas personas que hayan adquirido un vehículo en 2021 verán como este se matricula en 2022, bajo la nueva tasa”

Por lo tanto, entre el retraso en los tiempos de entrega y el pago del impuesto de matriculación, los consumidores con mayor poder adquisitivo se han decantado por coches híbridos que, en su mayoría, como Tesla, han esquivado la crisis de los microchips.

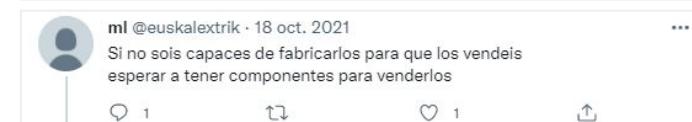
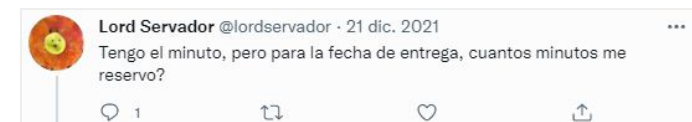


La escasez de los semiconductores y su relación con las ventas

Hemos expuesto el descenso de las ventas de la década pasada y el desesperanzador inicio de la nueva. Si la anterior estuvo influenciada por la crisis económica de 2008, esta vez tiene una relación directa con la pandemia y, en consecuencia, con la escasez de los semiconductores. Los microchips son un componente fundamental para fabricar cualquier vehículo y su insuficiencia ha resultado capital. Tal que una cadena de dominó -factor característico de la globalización- las piezas han ido desplomándose una tras otra. **La imposibilidad de hacerse con un turismo nuevo, prácticamente ipso facto**, ha provocado que muchos consumidores decidiesen recular ante la incertidumbre de la fecha de entrega.

En redes sociales, ciertas **marcas como Audi o Volkswagen han querido dar una respuesta a los internautas con tal de transmitir tranquilidad y afrontar la situación**. Otros, como Toyota, se desentienden del asunto remitiendo a los concesionarios. Al final, con o sin contestación del Community Manager, el interés por adquirir un vehículo ha descendido.

¿En este juego de oferta y demanda, de escasez y disponibilidad, algún actor ha salido beneficiado? Probablemente los vehículos eléctricos tengan algo que decir.

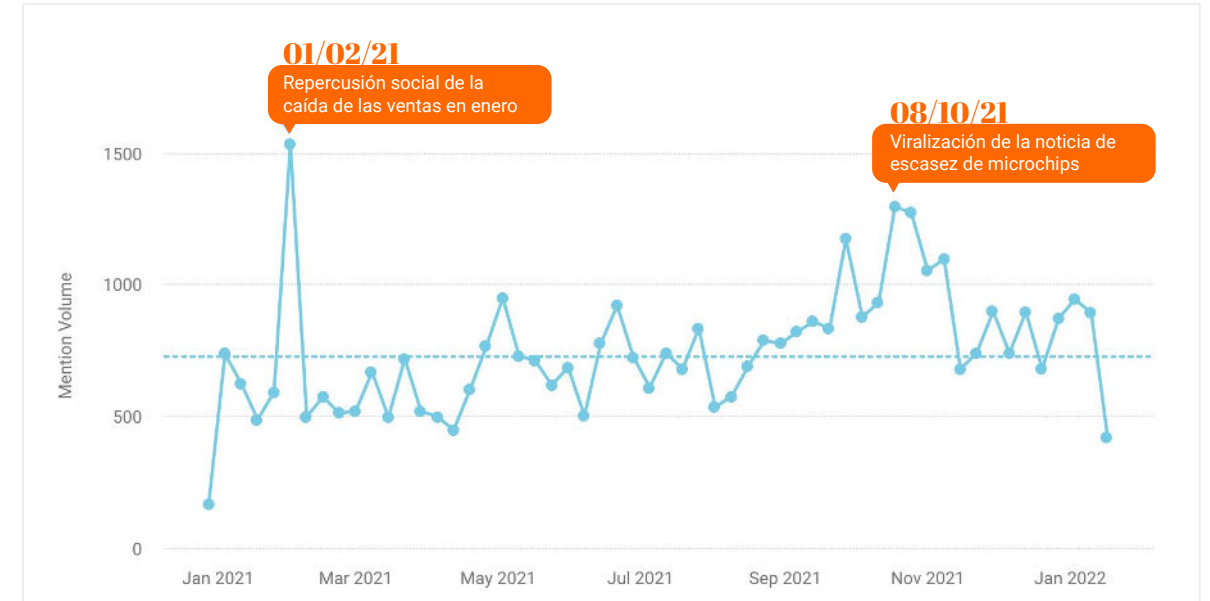


Evolución de la conversación en redes

En un análisis de la conversación durante todo el año 2021 y hasta finales enero de 2022 podemos observar varios hitos de conversación diferentes a lo largo de los meses.

El primer pico de tráfico destacable se da durante la primera semana de febrero a raíz de la noticia de la caída de las ventas en enero de 2021 desde la pandemia. Los usuarios respondieron a esta noticia reclamando la subida del impuesto de matriculación en relación directa con la compra de vehículos.

El segundo hito de tráfico lo situamos en el último trimestre del año. En la última quincena de octubre se registra el mayor volumen de la conversación sobre el mundo del motor, debido al nuevo impuesto de matriculación en el 2022 y a la escasez de microchips que afecta a la producción de distintas compañías. A su vez, el mundo del motor consigue un repunte en los vehículos eléctricos con el que 'tapa' la escasez de suministros.



Pastrana
@JosPastr

Yo pensaba que ahora que el Gobierno ha subido el impuesto de matriculación la gente estaría ansiosa de comprar más coches para pagar la sanidad.

EFE Noticias @EFENoticias · 1 feb. 2021
#ÚLTIMAHORA | Las matriculaciones de turismos bajan 51,5 % en enero, mayor caída desde mayo.
[Mostrar este hilo](#)

5:21 p. m. · 1 feb. 2021 · TweetDeck

1.457 Retweets 13 Tweets citados 3.755 Me gusta

PVN lo retweetó
benayitas
@paularo91520106

¿Entendéis que en plena crisis suban del 9 al 14% el impuesto de matriculación de un vehículo?

11:39 a. m. · 1 feb. 2021 · Twitter for Android

1.260 Retweets 93 Tweets citados 3.305 Me gusta

Fuente: Brandwatch



Las claves de las búsquedas en Internet sobre automóviles

El análisis de la tendencia en búsquedas del 2021 demuestra que el sector de la automoción es una de las industrias en España con mayor crecimiento en consultas de búsqueda en Google: después de la caída de la demanda de búsqueda durante la cuarentena, las búsquedas del sector automovil en España aumentaron más de un 10% desde junio.

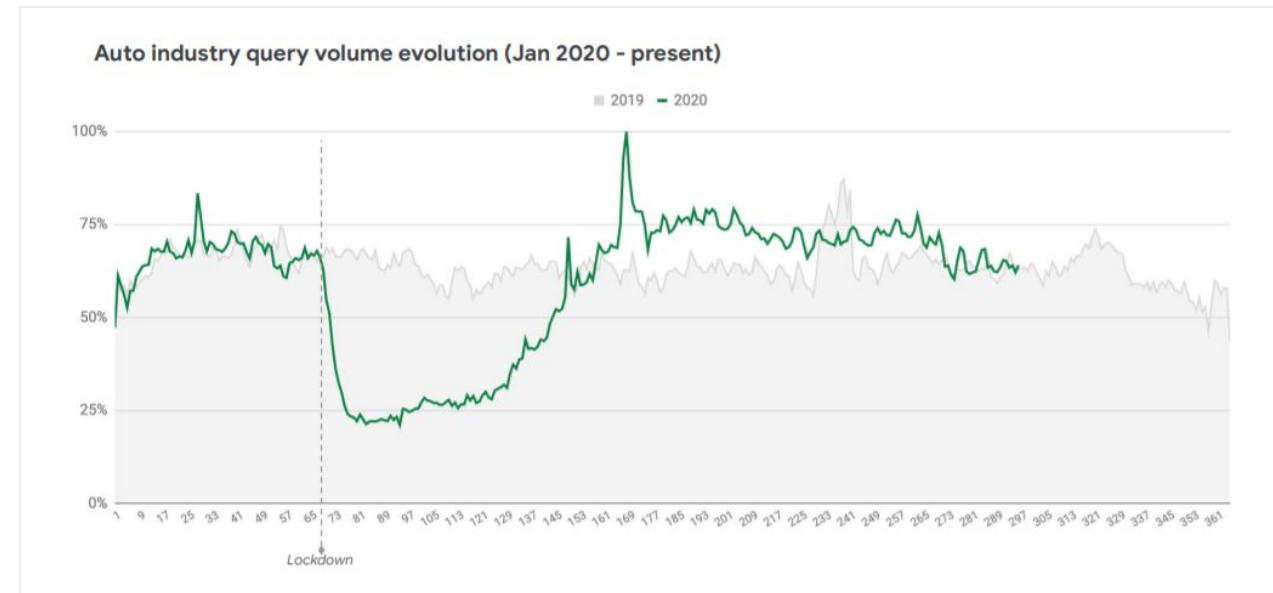
Los datos de Google evidencian un crecimiento notable en la industria del Automóvil: 160.000.000 de búsquedas en España.

El análisis de estos datos confirman que los factores externos del mercado han afectado directamente al comportamiento de usuarios y al proceso de compra en sí: el aumento del **interés en la compra online**, el cambio en el tipo de oferta buscada (**segunda mano vs. nuevos**) y la rapidez del consumidor en la **decisión de compra**, son algunos de las tendencias que marcaron el 2020 y persisten en 2021.

Digitalización del proceso de compra de coches: la búsqueda online se ha convertido en uno de las principales palancas estratégicas en el sector del automóvil.



La demanda de automóviles aumentó considerablemente después del confinamiento, con un gran incremento del interés en comprar coches online



Fuente: Google

160.000.000 Búsquedas en España de la industria del Automóvil en 2020, especialmente después del confinamiento



El canal online, clave en el mercado del automóvil

Desde el brote de la pandemia, el interés de búsqueda por comprar un coche online aumentó un 67% en España. Los canales online, además, aceleraron el proceso y tiempo de compra de un coche.

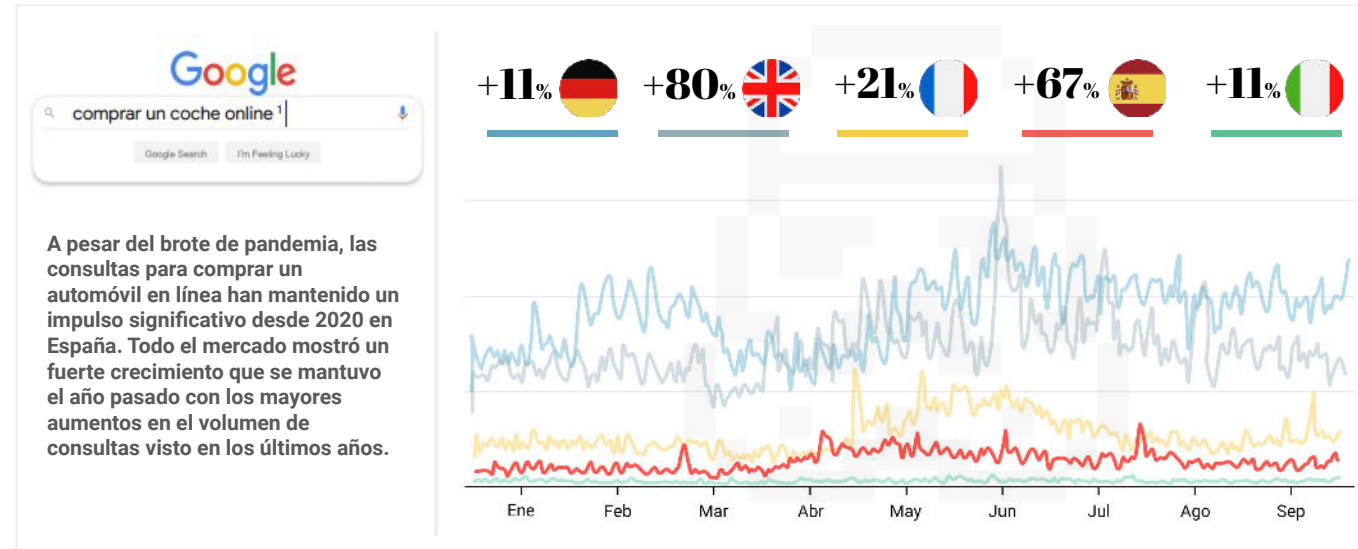
La pandemia no sólo ha impulsado el aumento de las compras online sino también ha impulsado el uso del canal online como recurso de búsqueda y comparación, y como parte fundamental del proceso de decisión de compra.

Las consultas de información a través de internet siguen siendo la clave en el proceso de compra de un automóvil

87%, según informe sobre el motor realizado por el Observatorio Cetelem

Fuente: Observatorio de Cetelem

Tendencia de búsquedas en el sector del automóvil



Fuente: Google

USO DEL
BUSCADOR
88%

46%
VISITAS WEBS
CONCESIONARIOS

Según datos de Google, el uso del buscador ha crecido del 85 % al 88 % y las visitas a los sitios web de concesionarios, del 42% al 46%



Vehículos de segunda mano y la venta online, en auge en 2021

Las búsquedas en España relacionadas con coches de segunda mano llegaron en 2021 a 47 millones de búsquedas, con un **crecimiento interanual de más del 30%**. Un aumento aún más notable considerando que las búsquedas relacionadas con **coches nuevos caen entorno al -14%** en el mismo período.

Según las encuestas realizadas para el **informe sobre el motor 2021** realizado desde el Observatorio Cetelem, podemos corroborar este crecimiento de la intención de compra de coches de ocasión, frente a la caída del interés por los coches nuevos. Datos que confirman la tendencia observada en las búsquedas de usuarios en Google.

2019
81% **NUEVO**

2019
19% **OCASIÓN**

2021
76%

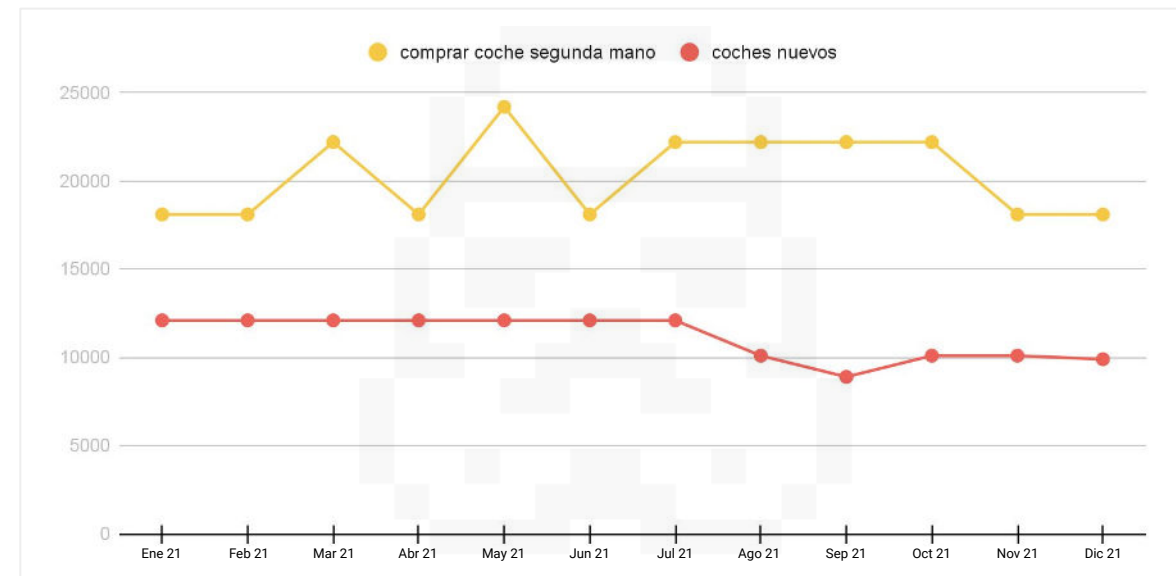
2021
24%

-14%

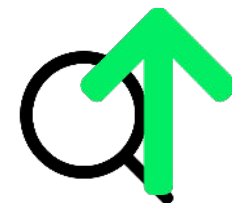
+30%



Búsquedas: : "coche segunda mano" vs. "coches nuevos"



Fuente: Google KW Planner



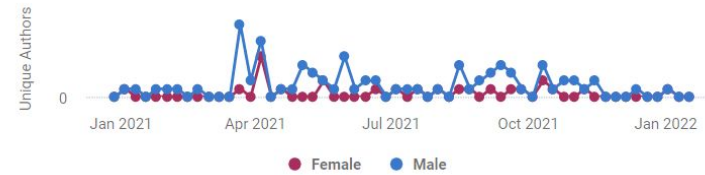
+32%

crecieron las búsquedas online de vehículos de segunda mano



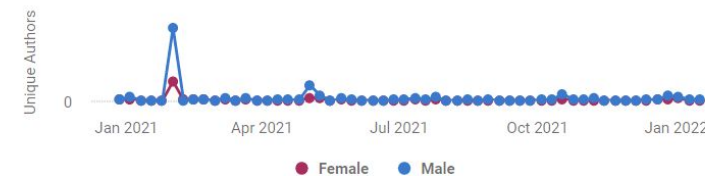
Datos demográficos

La escasez de semiconductores



Tras el análisis observamos que la mayoría de la conversación generada en redes sociales y medios de comunicación es originada por hombres.

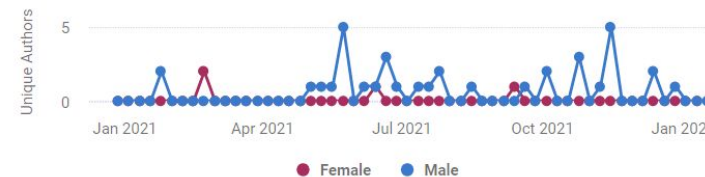
Impuesto de matriculación



01
Abril fue el mes con mayor número de publicaciones con relación a la crisis de los semiconductores.

02
Las publicaciones sobre el impuesto de matriculación se disparan en el primer trimestre del año.

Vehículos eléctricos



03
La conversación sobre los vehículos eléctricos obtiene un mayor interés durante el último semestre del año.



Cambios de tendencia en la red

04H



Cambios en las tendencias de consumo en el mercado del automóvil

2021: Nuevas tendencias, nuevas búsquedas

Analizando las últimas tendencias de consumo en 2021 y el comportamiento de los consumidores del sector de la automoción, vemos cómo los usuarios aumentan cada vez más su interés en consultas ligadas a la compra online, además de cambiar el tipo de producto: los coches usados o de segunda mano crecen frente los coches nuevos.

Coches de segunda mano, en crecimiento exponencial

En la comparativa interanual, vemos cómo en el sector de la automoción se han multiplicado las búsquedas relacionadas con "segunda mano", tanto con consultas genéricas como con consultas de marcas líderes.

En cambio, vemos un descenso del interés en las búsquedas relacionadas con "coches nuevos", dato especialmente relacionado con el desabastecimiento de microchips y las demoras de entrega.

Keywords "segunda mano"	Cambio % interanual
coches segunda mano	1500%
audi a3 segunda mano	1200%
mercedes segunda mano	1200%
audi a1 segunda mano	1000%
nissan qashqai segunda mano	860%
mejores coches segunda mano	800%
bmw segunda mano	586%
peugeot 3008 segunda mano	529%
coches automáticos segunda mano baratos	425%

Keywords "nuevos"	Cambio % interanual
coches novedades 2021	-90%
ofertas concesionarios coches	-73%
ofertas coches nuevos	-56%
todoterreno barato nuevo	-56%
coches nuevos todas las marcas	-56%
ofertas de coches nuevos	-54%
coches nuevos km 0	-48%
coches en stock concesionarios	-48%
precios coches nuevos baratos	-46%
precios baratos coches nuevos	-46%



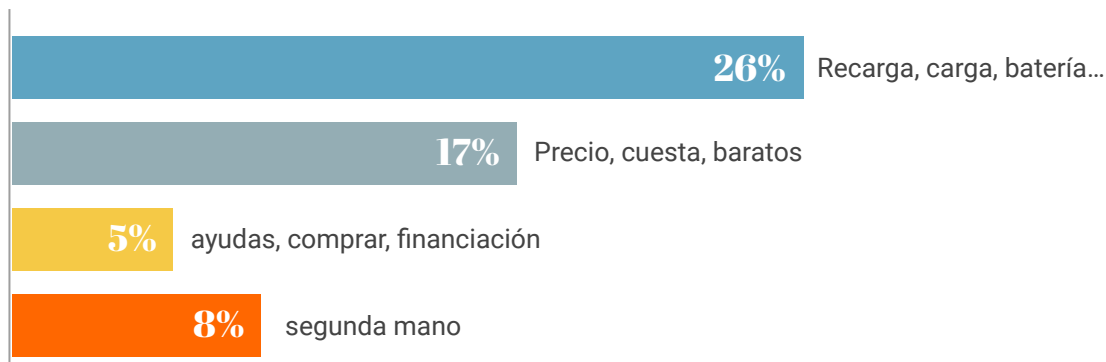
Cambios en las tendencias de consumo en el mercado del automóvil

Los coches eléctricos como la mejor alternativa

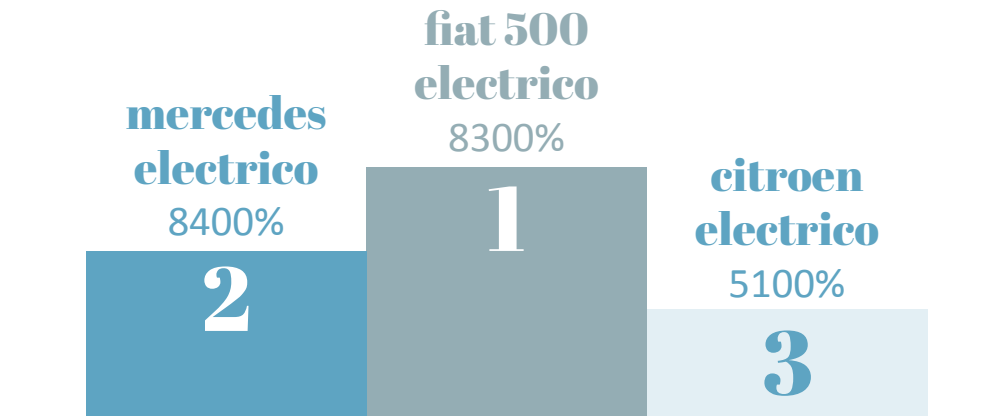
La falta y escasez de suministros durante los últimos meses unido a distintas acciones por parte del Gobierno, como la subida del impuesto de matriculación y las medidas a favor de las energías renovables han generado que la conversación del último año se enfoque en el futuro de los **vehículos eléctricos como la alternativa** más realista.

Un mercado marcado por la falta de información

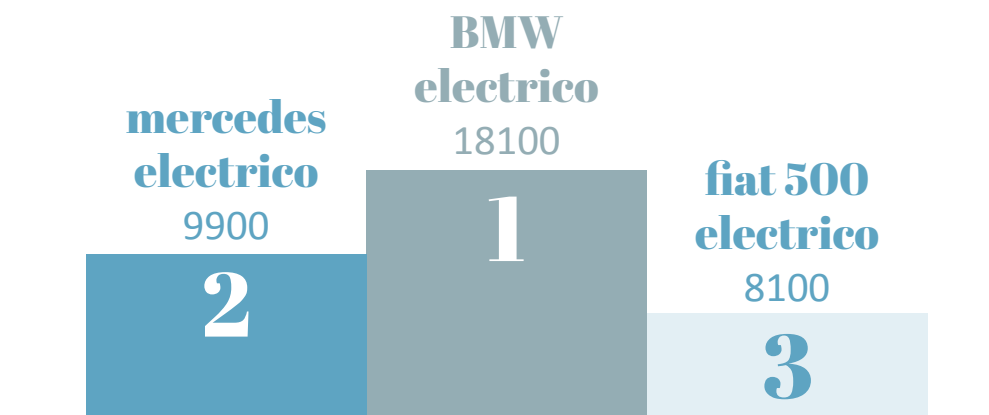
En la comparativa interanual, podemos comprobar este interés cada vez mayor por los coches eléctricos, tanto con consultas genéricas como con consultas de marcas líderes. En las búsquedas relacionadas con coches eléctricos vemos un importante incremento en búsquedas relacionadas con: *carga y batería, precios, ayudas y financiación de la compra, así como el interés en coches eléctricos de segunda mano.*



Coches eléctricos: las marcas que más crecen en búsquedas 2021



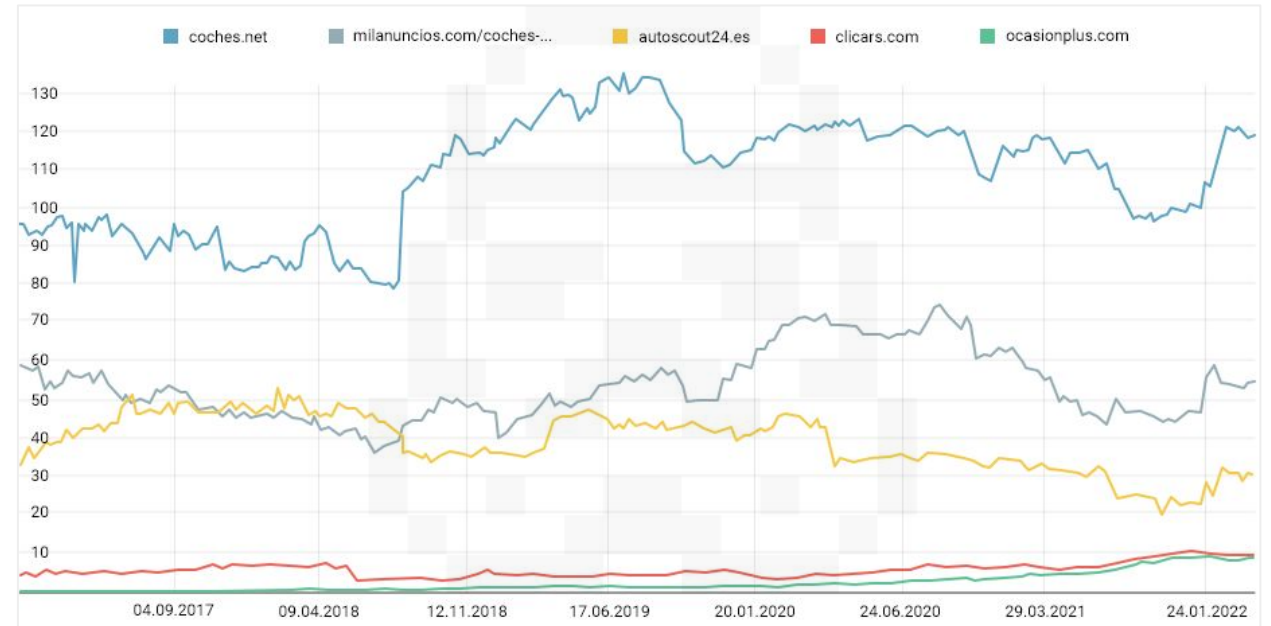
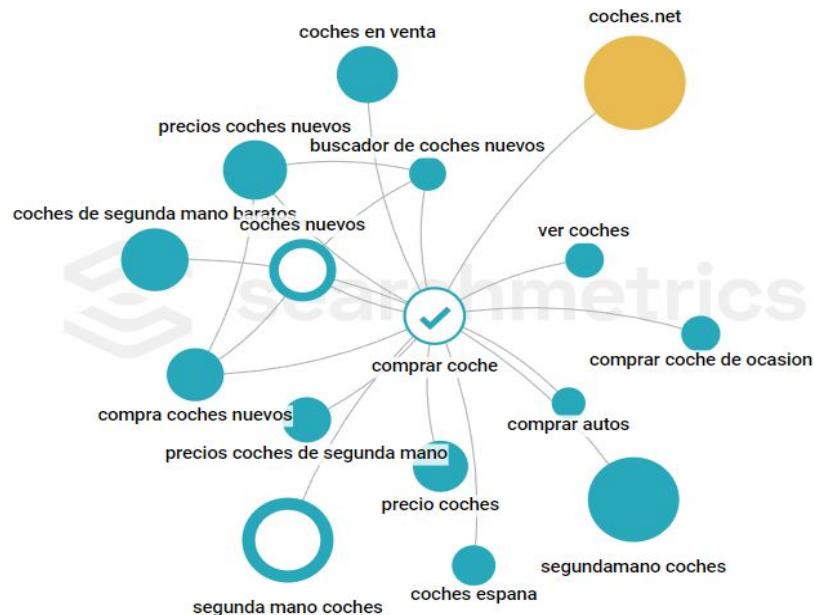
Coches eléctricos: las marcas más buscadas 2021



Cambios reflejados en los principales sites del sector

En los últimos dos meses vemos que ha habido un crecimiento en visibilidad relacionado con el aumento de interés por los coches usados, como consecuencia del nuevo escenario en el sector del automóvil.

En la tabla, encontramos los términos que han ganado posiciones con respecto al mes anterior, antes de la entrada en vigor del impuesto de matriculación.



Palabra clave	dic-2021	ene-2022	Cambio	URL	Clics
segunda mano coches madrid	4	1	+3	www.coches.net/segunda-mano/madrid/	5.043
león seat	19	5	+14	www.coches.net/seat/leon/segunda-mano/	4.820
mercedes clase a	8	4	+4	www.coches.net/mercedes-benz/clase_a/segunda-mano/	3.221
coches segunda mano en sevilla	3	1	+2	www.coches.net/segunda-mano/sevilla/	2.998
citroën c3	12	6	+6	www.coches.net/citroen/c3/segunda-mano/	2.872
mercedes gla	10	3	+7	www.coches.net/mercedes-benz/clase_gla/segunda-mano/	2.853
coches de segunda mano más baratos	4	1	+3	www.coches.net/segunda-mano/	2.701

Fuente: Searchmetrics

Observamos un visible crecimiento en aquellos términos relacionados con "segunda mano" que se refleja en el aumento de visibilidad de la página.



¿Qué preguntan los usuarios?

10 preguntas interesantes

¿Comprar un coche eléctrico es una buena inversión hoy?

¿Cuánto puede recorrer un coche híbrido sin recargar?

¿Qué es mejor, un híbrido enchufable o un 100% eléctrico?

¿Son mejores los coches eléctricos o los híbridos?

¿Qué automóvil es mejor, eléctrico puro o híbrido enchufable?

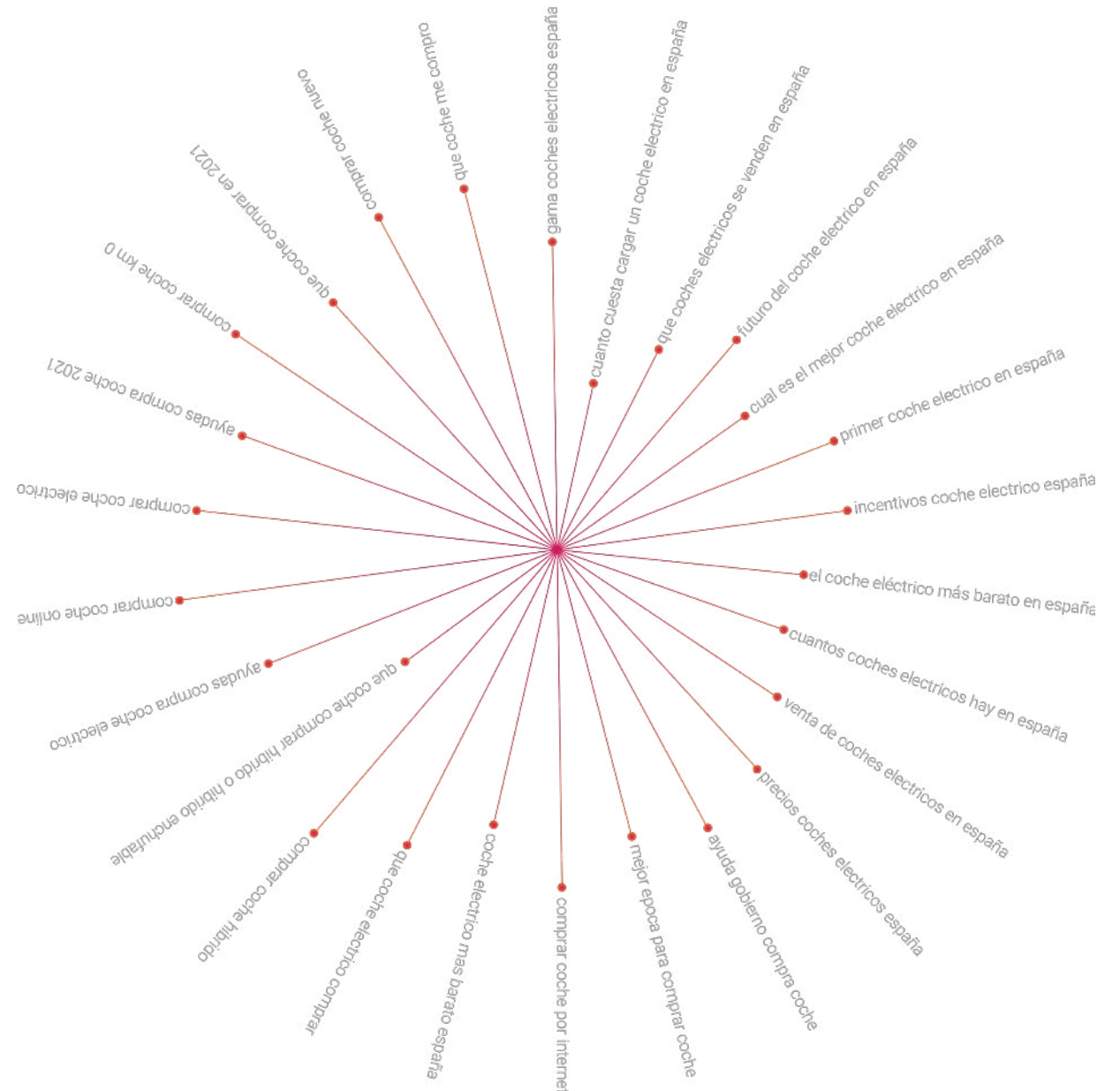
¿Cómo funciona un automóvil híbrido?

¿Hay que cargar los coches híbridos?

¿Qué se necesita para comprar un coche eléctrico?

¿Cómo funciona un coche híbrido?

¿Seguirán existiendo coches híbridos en el futuro?



¿Qué preguntan los usuarios?

Entrega de coches nuevos

Analizando estos datos de búsquedas, vemos un importante crecimiento de búsquedas relacionadas con los plazos de entrega de coches nuevos.

Destacamos las búsquedas relacionadas con marcas como SEAT, FORD, RENAULT o AUDI. Podemos ver en los ejemplos a continuación, cómo hay una creciente necesidad de información que se evidencia en el **aumento de búsquedas informacionales**.

La **financiación en la compra de un coche** también se ha convertido en una temática creciente en 2021, debido a la necesidad de información al respecto y a la subida de precios del sector, que ha generado un aumento del interés por nuevas formas de financiación. Para este tipo de consultas, nos encontramos también con **falta de información en las SERP**.

Coches eléctricos

Por otro lado, vemos que las marcas no dan respuestas consistentes en sus webs a la **creciente demanda de información entorno a los coches eléctricos**: cada vez es mayor el número de consultas en Google relacionadas con los vehículos eléctricos en España, su funcionamiento, coste y características.

Palabra clave	Inte...	Volumen ...	Ten...	KD %
+ cuanto tarda seat en entregar un coche nuevo	I	90		33
+ cuanto tardan en entregar coche nuevo	n/d	90		n/d
+ plazo entrega coche nuevo 2018	I	90		25
+ cuanto se tarda en entregar un coche nuevo	I	70		26
+ cuanto tarda ford en entregar un coche nuevo	I	70		24
+ entrega de coches fc barcelona 2019	I	70		18
Palabra clave	Inte...	Volumen ...	Ten...	KD %
+ cuanto cuesta cargar un coche electrico	I	2400		37
+ cuanto tarda en cargar un coche electrico	I	1900		24
+ cuanto cuesta recargar un coche electrico	I	1000		35
+ cuanto vale cargar un coche electrico	I	390		35
+ cuanto cuesta un coche electrico	I	320		30
+ cuanto dura la bateria de un coche electrico	I	260		23
+ cuanto cuesta recargar un coche electrico en una gasolinera	I	210		28

Fuente: Semrush



Nuevos retos del sector

05



¿Cómo responden las marcas?

FORD

Falta de información desde las propias marcas

“Cuánto tarda ford en entregar un coche nuevo”

Para esta búsqueda, el análisis de las SERP nos muestra que nuevamente **no hay respuesta de la marca ante estas preguntas de usuarios**. Entre los resultados de Google vemos que ganan la batalla todos aquellos **sites que trabajan en páginas de contenido** como:

BLOGS | ARTÍCULOS DE CONTENIDO | REPORTAJES
ACTUALIDAD / NOTICIAS DEL SECTOR

Detectar este tipo de búsquedas informacionales y dar una respuesta a los usuarios es la clave en un sector donde existe gran desinformación y desconcierto, lo que se convierte en una **oportunidad para las marcas** de destacar y diferenciarse del resto de competidores.

En el TOP 10 de resultados de Google vemos otros sites del sector y medios de temática relacionada. No aparecen webs de las propias marcas.

Cuánto tarda ford en entregar un coche nuevo



Análisis de SERP (86)	AS de pá...	Dominios	Palabras...
1. dieselogasolina.com/plazos-entrega-c...	25	6	139
2. dieselogasolina.com/plazos-entrega-f...	0	0	13
3. motor.es/noticias/comprar-coches-nue...	21	3	53
4. topconcesionarios.com/blog/cuanto-t...	7	1	36
5. autofacil.es/industria/entrega-coche-c...	0	1	46
6. hackercar.com/cuanto-tardaran-ahora...	0	0	13
7. rpms.es/cuanto-tardan-en-entregar-un...	0	0	5
8. cope.es/actualidad/tecnologia/noticias...	0	1	6
9. auto10.com/reportajes/en-cuantos-dia...	0	0	22
10. carwow.es/blog/plazos-entrega-coches...	0	0	11

Fuente: Semrush



¿Cómo responden las marcas?

RENAULT

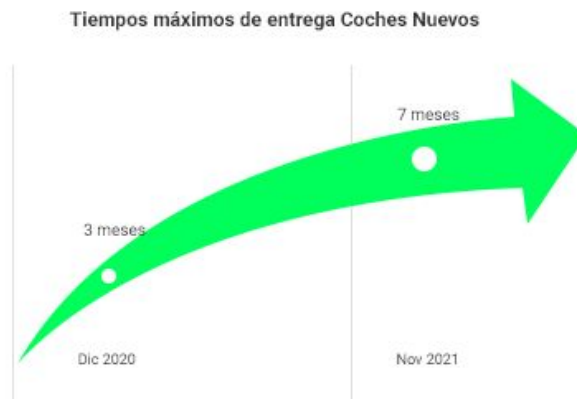
Falta de información desde las propias marcas

“Cuánto tardan en entregar un coche nuevo renault”

Para esta búsqueda, el análisis de las SERP nos muestra que nuevamente **no hay respuesta de la marca ante estas preguntas de usuarios.**

Para este tipo de búsquedas, vemos que cobran gran relevancia los sites que están trabajando en **una correcta estrategia de CONTENT MARKETING** para captar este tipo de usuarios con necesidad de información.

Ejemplo: coches.com:



Cuánto tardan en entregar un coche nuevo renault



Análisis de SERP (94)	AS de pá...	Dominios	Palabras...
1. dieselogasolina.com/plazos-entrega-r...	0	1	7
2. dieselogasolina.com/plazos-entrega-c...	25	6	139
3. eleconomista.es/ecomotor/motor/noti...	49	33	21
4. motor.es/noticias/comprar-coches-nue...	21	3	53
5. rpms.es/cuanto-tardan-en-entregar-un-...	0	0	2
6. rpms.es/cuanto-tardan-en-entregar-un-...	0	0	5
7. hackercar.com/cuanto-tardaran-ahora-...	0	0	13
8. solocaptur.com/threads/tiempo-de-es...	0	0	10
9. autofacil.es/industria/entrega-coche-c...	0	1	46
10. forocoches.com/foro/showthread.php?...	0	0	1



¿Qué están haciendo las marcas?



DACIA

Vehículos Menú

PREGUNTAS FRECUENTES

COMPRA Y MANTENIMIENTO

Comprar un Dacia
Quiero comprar un Dacia. ¿Cuál es el plazo entre la realización del pedido y la entrega del vehículo?

El plazo de entrega depende del vehículo y las características del pedido. Tu concesionario dispone de herramientas que le permiten comunicarte de manera precisa el plazo de entrega del vehículo que elijas.

Dacia es una de las pocas marcas que dedican un espacio de Preguntas Frecuentes en su site, donde se menciona el plazo de entrega de vehículos. No obstante, se trata de **información genérica, escasa, y que no aporta una respuesta relevante para las consultas** de los usuarios en Google.



Retraso Entrega Dacia Sandero 2021

Volumen del subtema
140

Títulos (10)

- El Dacia Duster, con plazos de entrega cortos
- Preguntas frecuentes**
- Retraso en la entrega de mi coche nuevo ¿qué puedo hacer?
- ¿Cuál es el plazo de entrega de un coche nuevo en 2021?
- ¿Vas a comprarte un Dacia Sandero? Esto no te va a gustar
- Plazos de entrega para coches de la marca Dacia
- Sabéis el retraso de las entregas?
- Problema con la entrega de coche nuevo



¿Están preparadas las marcas para los nuevos retos del sector?

Las marcas no dan respuestas a las nuevas búsquedas

Tras el análisis de las SERP para consultas relacionadas con “coches eléctricos” podemos comprobar que las **marcas no tienen presencia para las nuevas consultas de usuarios**, especialmente relacionadas con **búsquedas sobre coches eléctricos**.

Palabra clave	Inte...	Volumen ...	Ten...	KD %
+ coches electricos baratos	I	14.800		40
+ cargador coche electrico	I	8100		45
+ coches electricos 2021	C	8100		34
+ coches electricos precios	C	5400		52
+ autonomia coche electrico	I	4400		34
+ coches electricos segunda mano	I	4400		45
+ coches eléctricos segunda mano	I	4400		27
+ puntos de recarga coche electrico	C	4400		44
+ coche electrico chino	I	2400		33
+ coches electricos pequeños	C	2400		28

cuanto tarda en cargar un coche eléctrico

🌐 Volumen global	2,4K	KD	● Sencillo (24%)
🇪🇸 España	1,9K	Funcionalidades SERP	👑 ⭐ ? 🗨️ 🔄
🇮🇳 India	20	Objetivo	Informativo
🇧🇪 Bélgica	20	CPC	0,77 US\$
🇮🇸 Honduras	20	Tendencia	
🇦🇺 Australia	20		

Análisis de SERP (~2,5M)

	AS de pá...	Dominios	Palabras...
1. movilidadelctrica.com/cargar-coche-...	18	3	251
2. mapfre.es/coches/noticias-coches/cua...	15	2	159
3. autonocion.com/cuanto-tarda-en-carg...	40	4	56
4. forococheselectricos.com/2021/07/cu...	0	1	135
5. autobild.es/noticias/cuanto-tiempo-ne...	0	0	52
6. repsol.es/particulares/vehiculos/movili...	0	1	226
7. precio.com/coches/articulos/cuanto-ta...	0	0	36
8. hyundaicanarias.com/cuanto-tarda-en-...	0	0	53
9. swipcar.com/es/blog/cuanto-tarda-car...	0	0	30
10. v2charge.com/es/cuanto-tiempo-tarda...	0	0	50

Fuente: Semrush



¿Están preparadas las marcas para los nuevos retos del sector?

SEAT

Pérdida de oportunidades para búsquedas nuevas

“primer coche eléctrico de seat”

Para esta búsqueda, el análisis de las SERP nos muestra que nuevamente **no hay respuesta de la marca incluso ante preguntas de usuarios** relacionadas con un producto al alza, como la gama de coches eléctricos.

Para este tipo de búsquedas, vemos que cobran gran relevancia nuevamente los sites que están trabajando en **una correcta estrategia de CONTENT MARKETING**. En la mayoría de casos, los sites analizados que posicionan para estas búsquedas tienen una estrategia de contenidos de Blog, noticias o artículos que cubren estas consultas debido a que las marcas no lo hacen.

SEAT se encuentra muy atrás en los rankings, siendo superado por otros sites del sector con contenido relevante.

primer coche eléctrico de seat



Análisis de SERP (~3,4M)	AS de pá...	Dominios	Palabras...
1. hibridosyelectricos.com/articulo/merc...	44	2	22
2. hibridosyelectricos.com/articulo/merc...	0	0	2
3. lavanguardia.com/motor/20190805/46...	0	1	3
4. auto10.com/reportajes/el-primer-coch...	0	0	16
5. motorpasion.com/utilitarios/seat-mii-e...	12	4	2
6. motorpasion.com/coches-hibridos-alte...	16	6	6
7. actualidadmotor.com/seat-primer-elec...	38	1	15
8. autobild.es/noticias/video-seat-born-c...	0	0	2
9. seat.es/sobre-seat/noticias/corporativ...	0	57	6
10. businessinsider.es/seat-born-primer-c...	0	0	10

Fuente: Semrush



¿Están preparadas las marcas para los nuevos retos del sector?

VOLKSWAGEN

Pérdida de oportunidades para búsquedas nuevas

"cuanto cuesta el nuevo coche eléctrico de volkswagen"

Para esta búsqueda, el análisis de las SERP nos muestra que nuevamente **no hay respuesta de la marca incluso ante preguntas de usuarios** relacionadas con un producto al alza, como la gama de coches eléctricos.

La web de la propia marca, se encuentra por detrás de sites del sector, mostrando además muy poca información y con contenido poco relacionado con las consultas de los usuarios.

cuanto cuesta el nuevo coche eléctrico de volkswagen



Análisis de SERP (64)	AS de pá...	Dominios	Palabras...
1. diariomotor.com/coche/volkswagen-id-3/	31	10	126
2. diariomotor.com/coche/volkswagen-id-4/	42	5	46
3. volkswagen.es/es/modelos/id3.html	31	11	259
4. quecohemecompro.com/precios/volkswagen-id-3/	29	2	44
5. movilidadelectrica.com/coches-electricos/volkswagen-id-3/	0	1	47
6. motor.es/volkswagen/id3/	22	8	58
7. motorpasion.com/volkswagen/volkswagen-id-3/	21	12	18
8. motorpasion.com/volkswagen/volkswagen-id-3/	68	12	12
9. eleconomista.es/empresas-finanzas/novidades/volkswagen-id-3/	27	7	34
10. autobild.es/noticias/id-3-volkswagen-puede-ser-el-coche-electrico-que-rompa-el-dominio-de-tesla/	0	0	2

Fuente: Semrush



La estrategia perfecta

065



¿Se ha cambiado la forma de comunicar?

Las compañías automovilísticas, encabezadas por Volvo que **se compromete a producir vehículos exclusivamente eléctricos para el 2030**, viran su comunicación hacia los vehículos eléctricos e híbridos como salvoconducto frente a la situación de inestabilidad por la escasez de suministros y el compromiso de la Agenda 2030.



Fuente: Brandwatch



¿La estrategia de marketing perfecta?

Como hemos analizado anteriormente las marcas automovilísticas se han adaptado a los factores externos dando el peso de su comunicación a la parte de cuidado del medioambiente y sostenibilidad.

Sin embargo, **algunas marcas han optado también por introducir en su estrategia la venta de coches libres del 'polémico' impuesto de matriculación**, ya sea porque juegan con la ventaja de que se trata de vehículos con emisiones reducidas (híbridos enchufables o eléctricos) o porque rebajan el impuesto del precio final del coche. Aprovechando así una oportunidad que ofrece el mercado y la captación de nuevos clientes.

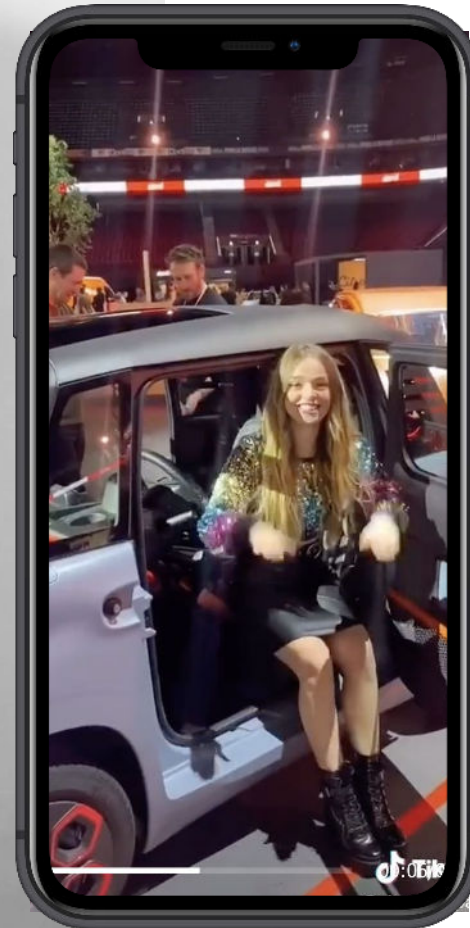
Además de adaptarse a las condiciones externas en cuanto a la conversación algunas de ellas han decidido dar el salto y sumarse a las últimas tendencias uniéndose a la plataforma de TikTok. Donde han adaptado también su comunicación a la particular manera de conversar que se tiene en esta red social.



Fuente: Brandwatch



TikTok, una nueva red para avanzar



Algunas de las marcas automovilísticas no han querido dejar pasar la oportunidad de sumarse a esta red social, pudiendo llegar así a otro tipo de público y teniendo una conversación diferenciada que en el resto de sus canales.

A nivel nacional la única marca automovilística que se ha atrevido a hacerlo es Citroen con su cuenta de TikTok [@Citroenespana](#), donde utilizan el canal para promocionar su nuevo vehículo #Ami, más orientado a un público joven.

Videos cortos, eventos y marketing de influencia, con tiktokers e influencers de renombre (como [@twinmelody](#) o [@danimarrerro](#)) son los contenidos principales de su canal.



07 Conclusiones





BMW, Mercedes y Fiat las marcas más buscadas

Destaca el creciente interés por las marcas de los eléctricos: **BMW** lidera las búsquedas de coches eléctricos, seguido de **Mercedes** y **Fiat 500 eléctrico**, modelo que ha aumentado +8400% las búsquedas en 2021.

La pandemia dispara las búsquedas de compra online de coches

La **pandemia ha impulsado el aumento de las compras online**, además de impulsar también el uso del canal online y buscadores como recurso de búsqueda y comparación, y como parte fundamental del proceso de decisión de compra.

Los vehículos eléctricos lideran la conversación online

Tras analizar más de 43.000 menciones, el vehículo eléctrico encabeza la conversación durante este 2021. Le sigue de cerca la preocupación de los usuarios por la escasez de los semiconductores.

Las marcas no están preparadas para los nuevos retos online

En un sector del automóvil marcado por la falta de información, los usuarios acuden a internet con nuevas preguntas en su decisión de compra y **las marcas no están dando respuesta a esta nueva necesidad del mercado online**.

Nuevas estrategias online

Promociones de descuento de matriculación y marketing de influencia en nuevas redes sociales. Dos elementos diferenciadores para conseguir el éxito en este 2022.

La venta de vehículos nuevos no remonta durante el 2021 y se sitúa en niveles de hace una década.





internetrepública

¡Muchas gracias!

Teléfono: 913 913 305
hola@internetrepública.com

