

"Cambiar de coche debe ser tan sencillo como reservar un hotel"

Carwow aterrizó en el mercado español hace 8 años y, en este tiempo, se ha consolidado como el marketplace líder para la compra de coche nuevo en nuestro país. Hablamos con Alejandra de Andrés, Country Manager en España para entender cómo ha evolucionado el consumidor español y qué papel juega Carwow en ese cambio.

Pregunta. ¿Cómo están evolucionando las necesidades y la forma de comprar o acceder a un vehículo por parte de los consumidores?

Respuesta. Estamos viviendo un cambio de ciclo impulsado por un consumidor mucho más digital, pragmático e informado, que ya no busca únicamente la propiedad de un coche, sino la flexibilidad que mejor se adapte a su momento vital. Por un lado, la incertidumbre tecnológica y económica ha acelerado la transición hacia fórmulas de pago por uso como el renting; por otro, la irrupción de nuevos competidores ha multiplicado exponencialmente las opciones disponibles. Ante este ecosistema saturado de información, el cliente premia la sencillez: quiere comparar de forma transparente, entender el valor real de su inversión y tomar la mejor decisión. En Carwow queremos actuar precisamente como ese conector de confianza que

"Queremos seguir aportando el máximo valor a los millones de usuarios que confían en Carwow para cambiar de coche cada mes"



Alejandra de Andrés.
Country Manager de Carwow en España.

simplifica todo el proceso para lograr que el comprador disfrute de toda la experiencia de cambiar de coche.

P. La mayoría de la gente os conoce por vuestro canal de YouTube, que es un referente absoluto en el motor, pero sois mucho más que eso. ¿Cómo convive la parte de contenido con vuestra plataforma de venta de coches?

R. Es una combinación única. Somos un marketplace propulsado por el contenido. Tenemos el mayor canal de YouTube de automoción, con más de 14 millones de suscriptores a nivel global y más de un millón solo en España, y también somos el

segundo medio escrito más visitado por usuarios interesados en comprar un coche. Pero el verdadero valor de Carwow es que cerramos el círculo: conectamos de forma directa ese interés con nuestra plataforma digital, un ecosistema donde el comprador puede configurar su coche, comparar ofertas reales sin salir de casa y solo acercarse al concesionario para probar el coche o cerrar su compra.

P. Hablabas antes de nuevas modalidades de acceso al vehículo y precisamente acabáis de lanzar vuestro vertical de renting en España. ¿Por qué dar este paso ahora?

R. Esperamos el momento idóneo para dar el salto en España: que el producto tecnológico estuviese perfectamente pulido en nuestra matriz de Reino Unido y que el mercado español alcanzase la madurez que necesitábamos. Ese momento es ahora. Lanzar esta vertical de renting en este momento nos permite responder a una demanda real junto a partners de primer nivel para asegurar una oferta competitiva y transparente. No entramos para ser uno más, sino para aportar liquidez y valor estratégico a todo nuestro ecosistema.

P. Hablemos de futuro. ¿Cuáles son los principales objetivos de Carwow en España a corto y medio plazo?

R. Nuestra misión es muy clara: posicionar Carwow como el destino para cambiar de coche. Igual que todos usamos plataformas para reservar un hotel, creemos que una parte del proceso de cambiar de coche debe ser online. Tenemos dos grandes objetivos: seguir siendo el partner estratégico de nuestra red de concesionarios y de los fabricantes que se apoyan en nosotros, ya sean tradicionales o nuevos entrantes en el mercado. Y, sobre todo, seguir aportando el máximo valor a los millones de usuarios que confían en Carwow para cambiar de coche cada mes.

Más información
www.carwow.es

