

## 86% des parcours d'achat d'une voiture passent par Internet

Il y a quelques jours, à Lyon, une vingtaine de professionnels de la distribution automobile se réunissait pour évoquer la transformation de leur métier. Le commerce de l'automobile est entré dans un processus de digitalisation pour répondre aux attentes de service, d'information et de disponibilité des consommateurs. Aujourd'hui, 86% des acheteurs de véhicules neufs ont recours à Internet pour la recherche, la prise de décision, voire l'acte d'achat. 38% des acheteurs se disent prêts à acheter en ligne<sup>1</sup>.

En tant que spécialiste du marketing digital automobile et en proposant des solutions globales, izmocars a entrepris une tournée nationale « izmoApéro » pour rencontrer les professionnels de la distribution automobile sur leur terrain et affiner son expertise. La rencontre inaugurale s'est déroulée à Lyon et a réuni une vingtaine de concessionnaires parmi lesquels Vulcain, 6<sup>e</sup> Avenue BMW, Aston Martin Lyon... et de constructeurs, dont PSA et Renault.



*« La distribution automobile fait face à une transformation sans précédent. Le parcours d'achat s'est digitalisé et les exigences du consommateur se sont renforcées avec les possibilités offertes par Internet. Il attend du choix, une offre sur mesure, de la disponibilité, du service, de la rapidité, de la simplicité. Notre rôle est d'accompagner les distributeurs automobiles dans leur nouvelle relation avec les clients. Il s'agit en quelque sorte de rapprocher l'offre et la demande en basculant du monde virtuel au monde réel. La rencontre avec les professionnels de la région, dans le cadre de notre tournée « izmoApéro », a montré une activité automobile très dynamique et connectée », David Descottes, Directeur Adjoint izmocars France.*

### Parcours d'achat d'une voiture

L'entrée dans une concession est devenue la dernière étape du parcours d'achat d'une voiture. Un futur acquéreur averti en vaut deux. Avant de se déplacer, il a passé des heures sur Internet pour s'informer, comparer et consulter des avis. Qu'il s'agisse d'un véhicule neuf ou d'occasion, la démarche devient la même. Les moteurs de recherche, les vidéos et le site des marques sont les sources les plus influentes dans le choix du véhicule. Le site du concessionnaire et les avis sont particulièrement pris en compte pour l'achat d'un véhicule d'occasion.

### La Région Auvergne-Rhône-Alpes

L'automobile est un secteur fort en région Auvergne Rhône-Alpes. La filière représente 1 100 établissements (de toute la chaîne de valeur), 70 000 emplois (15% des emplois industriels) et 13 Md€ de CA soit 27% du PIB industriel régional.

Quatre groupes de distribution automobile établis dans la région AURA font partie du Top 10 des distributeurs français : ByMyCar, groupe Bernard, groupe Maurin, groupe Chopard. (Source : L'argus Pro 2019)

<sup>1</sup> Les données sont issues de l'étude sur le parcours d'achat, Gearshift x Google, France, 2018.

# izmocars

En digitalisant son parcours d'achat, l'automobiliste l'a aussi optimisé. Il ne se déplace, en moyenne, que 2 fois en concession pour tester le véhicule et conclure l'achat (contre 5 visites il y a quelques années). Le temps de la réflexion s'est aussi réduit. Près d'un tiers (32% de VN et 40% de VO) a acheté son véhicule en moins de 2 semaines et plus de 70% en moins de 2 mois (76% VN et 77% VO).

Dans sa recherche, l'internaute attend des réponses et des contacts personnalisés. Il veut échanger avec des experts et la marque à tous moments, personnaliser sa voiture en ligne (options, couleur...), simuler des solutions de financement, prendre rendez-vous... Derrière la dématérialisation des échanges, la marque ou le concessionnaire reste omniprésent.

## [Salle de presse izmocars](#)

### A propos d'Izmocars

Izmocars a été fondé en 2002 à San Francisco par Tej SONI avec comme ambition d'emmener les concessionnaires automobiles américains vers une stratégie digitale. Fort de ses succès aux Etats-Unis, izmocars s'est lancé à l'international 3 ans plus tard. Présent dans 13 pays (Amérique, Europe, Asie) et doté de 300 développeurs basés à Bangalore (Inde), capitale mondiale des technologies de l'information, izmocars se positionne comme un spécialiste des technologies digitales et de la création de contenus image pour la distribution automobile.

Avec 9 produits développés sur la base de technologies innovantes et évolutives, izmocars maîtrise toute la chaîne du commerce en ligne : du marketing à la vente à la gestion qualitative de la base de données clients.

La filiale française izmoFrance a été créée en 2015 sous l'impulsion de premiers accords signés avec des constructeurs français.

Aujourd'hui l'entreprise compte 100 clients parmi lesquels des constructeurs et groupes de distribution du TOP 10 (PSA, Groupe Renault, Groupe LS, Groupe Emil Frey, Mitsubishi, Groupe Bernier...). Elle a réalisé 700 sites Internet, soit 16% des sites des concessionnaires en France qui représentent plus de 40 marques automobiles. izmoFrance a franchi la barre du million de sessions par mois.

[www.izmocars.fr](http://www.izmocars.fr)

---