

Avec le Groupe Elypse Autos, izmoFrance enrichit son portefeuille client

izmoFrance, fournisseur de solutions de marketing digital, vient de mettre en ligne le nouveau dispositif digital couvrant l'ensemble de l'activité en ligne du Groupe Elypse Autos. En développant des sites avancés, izmoFrance optimise la visibilité des points de vente sur Internet et améliore l'expérience client online pour créer du lead.

Le Groupe Elypse Autos est un distributeur multimarques (Ford, Mazda, Suzuki, Subaru, Volvo, Land Rover, Jaguar). Le groupe, établi dans l'Est¹, possède 19 concessions. Le site Internet avait besoin d'un nouveau design plus moderne, une nouvelle ergonomie et une offre de fonctionnalités pour répondre aux nouveaux besoins de recherche en ligne des automobilistes.

www.elypse-autos.fr intégrera progressivement des outils complémentaires comme un simulateur de financement.



« Notre démarche sur le Web est de mettre en place un dispositif performant et orienté business. Avec izmoFrance, nous sommes partis d'une page blanche. Après quelques mois de développement, nous avons lancé la nouvelle version de notre site à un moment opportun, celui des JPO. Nos concessionnaires portent le site avec fierté. C'est un véritable outil de conquête et de fidélisation, online mais aussi en concession pour promouvoir notre offre », Frédéric Girardey, Directeur Marketing, Groupe Elypse Autos.

86% des parcours d'achat d'une voiture passe par Internet

Avec les moteurs de recherche et les vidéos, le site des marques et concessionnaires sont les sources les plus influentes dans le choix du véhicule.

Le site Web concessionnaire - Infos clés

44% des acheteurs VN ont trouvé leurs concessions en ligne.

Principales informations recherchées :

- Prix réel du véhicule (69%)
- Photos (40%)
- Informations pratiques (adresse 29%, horaires 26%)
- Avis sur la concession (23%)
- Disponibilité des voitures (22%).

Le site du concessionnaire influence 46% des acheteurs de VO (34% de VN).

Étude sur le parcours d'achat, Gearshift & Google, 2018

L'offre izmocars

Avec la solution izmoWeb, izmocars livre des sites personnalisés avec la possibilité d'intégrer des modules optimisant l'expérience client, avant et après l'achat :

- Showroom virtuel qualifié (izmoVN)
- Expérience immersive (Spincar pour VO, izmoVR)
- Prise de rendez-vous en ligne

izmocars livre des sites Web clé en main, assure la formation, l'accompagnement et le suivi opérationnel. Les utilisateurs sont rapidement autonomes dans la gestion de leur site : mise en ligne des stocks, création de pages, gestion de campagne...

¹ Haut-Rhin, Doubs, Vosges, Territoire de Belfort

Les tendances de la distribution automobile sur le Web

En corrélation avec les évolutions marquantes du marché, 3 grandes tendances se dégagent sur le Web : l'importance des fiches produits, le développement de services online, notamment autour du VO, et la valorisation de l'activité après-vente.

Sur le site des distributeurs, le premier levier de vente des voitures neuves ou d'occasion est la fiche produit, de plus en plus soignée et détaillée. Caractéristiques et équipements, tout doit être renseigné. La variété, la qualité et la mise en scène des photos sont des atouts déclencheurs pour l'achat d'un véhicule. Chaque fiche est accompagnée d'un formulaire, dispositif indispensable pour recueillir et qualifier les contacts (leads).

Pour apporter des services et optimiser le parc VO, des outils d'estimation de véhicules sont proposés aux particuliers.

Part importante du business de la concession, l'activité après-vente est de plus en plus valorisée sur le site des distributeurs automobiles. Un certain nombre de services émerge comme la prise de rendez-vous en ligne, l'estimation de devis pour des réparations, l'achat de pièces ou accessoires, les bons plans avec les promotions en cours...

Le site et ses fonctionnalités optimisent le parcours d'achat des clients mais aussi le référencement naturel des marques et des distributeurs. Le SEO est également boosté par les générateurs d'avis ou témoignages. Leviers de visibilité et sources influentes pour le consommateur, ils sont de plus en plus intégrés dans les sites.

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
