

ENQUÊTE TNS SOFRES / DRIVISTA.COM¹

L'USAGE D'INTERNET DANS L'ENTRETIEN AUTOMOBILE, UNE PRATIQUE EN PLEINE ÉVOLUTION CHEZ LES AUTOMOBILISTES

Levallois, le 17 juin 2015 - Afin de mieux cerner les habitudes et les attentes des automobilistes sur internet, Drivista.com, site de vente de forfaits d'entretien automobile (pièces et main d'œuvre incluses) a récemment fait réaliser une enquête TNS-SOFRES relative à l'utilisation d'internet dans le cadre de l'entretien des véhicules.

Un échantillon représentatif de la population de 1505 individus âgés de 18 à 65 ans, dont 1138 responsables de l'entretien et la réparation d'un véhicule, a été interrogé via un questionnaire en ligne.

Les habitudes et les attentes évoluent

L'utilisation d'internet dans le cadre d'une opération après-vente est aujourd'hui bien ancrée dans les habitudes des automobilistes. 70% des personnes interrogées déclarent consulter internet avant tout achat concernant leur véhicule.

Parmi les habitudes des clients, la recherche d'information en ligne en amont d'une intervention est la plus répandue avec 68% des automobilistes ayant le réflexe internet. Une tendance qui s'accroît puisque 76% des personnes interrogées affirment vouloir consulter internet pour leurs prochaines interventions.

Un peu moins d'un automobiliste interrogé sur deux (48%) utilise internet pour faire des demandes de devis en ligne pour ses interventions. Là encore on note une évolution des mentalités puisque 60% d'entre eux déclarent vouloir y recourir à l'avenir.

De même, 59% des automobilistes déclarent être prêts à prendre un rendez-vous en ligne alors qu'ils ne sont que 43% aujourd'hui.

Dernier chiffre révélateur de la place grandissante de la toile dans la vie des automobilistes : le pourcentage des personnes interrogées qui ont déjà réalisé une prestation d'entretien de leur véhicule via internet, ou qui envisagent de le faire. Alors que seulement 30% d'entre eux déclarent avoir déjà acheté une prestation d'entretien automobile en ligne, ils sont 49% à vouloir le faire à l'avenir.

¹ Merci d'attribuer les résultats de cette étude à TNS-Sofres / Drivista.com lors de leur publication

L'achat de « forfaits entretien tout compris », une tendance en plein développement

Hier, simple outil d'information des automobilistes, Internet devient une plateforme de plus en plus incontournable d'achats de services et de prestations. Le web ouvre de multiples possibilités qui vont bien au-delà du simple achat de pièces en lignes. Internet devient un véritable outil de gestion des interventions après-vente dans son ensemble allant de la prise de rendez-vous au garage de son choix jusqu'à l'achat de « forfaits tout inclus ».

Si la majorité des automobilistes a aujourd'hui le réflexe internet pour l'achat de pièces, l'existence de forfaits d'entretien tout inclus (pièces et mains d'œuvre) payables en ligne est encore peu connue. Ce type de prestations répond à une demande en pleine expansion. Même si plus d'un tiers des automobilistes déclarent connaître l'existence de ce type de services en ligne, seuls 6% d'entre eux ont déjà testé. Des services amenés à se démocratiser puisque 39% des personnes interrogées déclarent être prêtes à y recourir et 8 utilisateurs sur 10 de ces formules « Tout compris » se déclarent prêts à renouveler l'expérience.

« Cette étude est riche d'enseignements. Aujourd'hui, internet fait partie intégrante de notre vie. Dans ce contexte, il n'est pas étonnant que l'automobiliste ait aussi le réflexe internet pour l'entretien de sa voiture. Il est donc primordiale de faire évoluer les offres en après-vente pour s'adapter aux nouveaux comportements et répondre à une demande naissante des automobilistes. Les tendances et attentes mises en exergue dans cette enquête nous confortent dans l'idée qu'aujourd'hui, la vente sur internet en matière d'après-vente automobile ne doit pas se limiter à la vente de pièces en ligne mais évoluer vers des prestations plus globales (Forfaits tout compris) qui facilitent la vie des automobilistes, » commente Eric Girot, Directeur Général d'Alliance Automotive Group France.

Détails des résultats de l'étude consultables en annexe.

★ Merci d'attribuer les résultats de cette étude à TNS-Sofres / Drivista.com lors de leur publication ★

À propos de Drivista.com :

Drivista.com, site de vente de forfaits d'entretien automobile (pièces et main d'œuvre incluses) et de demande de devis est une marque de G STORE, filiale dédiée aux projets e-commerce d'Alliance Automotive Group. Il s'adresse à un public large d'automobilistes en proposant des forfaits simplifiés d'entretien automobile (tels que la vidange, le changement de batterie, des plaquettes de frein, des balais d'essuie-glace...), à prix unique et payables en ligne. Le site permet également d'obtenir des devis de la part des garages partenaires pour toutes les autres prestations d'entretien automobile. 1 an après son lancement, le site propose 70 000 prestations payables en ligne, près de 5 000 véhicules référencés et plus de 500 garages partenaires.

Plus d'infos sur www.drivista.com

À propos d'ALLIANCE AUTOMOTIVE GROUP :

Alliance Automotive Group est un acteur historique dédié au marché de la rechange pour véhicules légers et poids-lourds, en France et au Royaume Uni. Sur ce marché, le groupe a développé ses compétences en matière d'intégration de filiales de distribution et d'animations de groupements d'achats.

Alliance Automotive Group opère sous les marques Groupauto France, Precisium, Partner's, Gef'Auto, Groupauto UK et UAN, à travers 1 700 points de distribution et plus de 2 700 points de réparation. Il doit son succès, notamment, à son attachement à maintenir l'identité des entreprises acquises et leur culture de la performance, tout en leur donnant accès aux moyens de développement d'un grand groupe. Sur le plan international, Alliance Automotive Group est le premier actionnaire de Groupauto International.

Alliance Automotive Group a réalisé en 2014 un chiffre d'affaires consolidé de 1,2 milliards d'euros. Fondé en 1989, le groupe emploie aujourd'hui près de 3 500 personnes.