



Mitsubishi fait confiance à autobiz pour digitaliser ses parcours de reprise.

Communiqué de presse, Paris, le 27 novembre 2024

Mitsubishi confie à autobiz la création de son service d'estimation de reprise en ligne. Alors que la marque relance actuellement ses modèles iconiques, tels que l'Outlander et l'ASX, le constructeur étoffe l'étendue de ses services en ligne. Les clients peuvent désormais, en toute confiance, bénéficier d'un parcours de reprise 100% digitalisé.

Le choix de la "fiabilité" et de la "simplicité" pour l'utilisateur

Les équipes de Mitsubishi souhaitaient proposer à leurs clients, un parcours de reprise 100% digitalisé, à la fois simple et fiable. Des objectifs sur lesquels autobiz, expert de la data & de la cotation automobile depuis 20 ans, a répondu présent.

Initié au printemps, le projet a été déployé en moins de 4 mois avec un outil accessible dès la rentrée 2024.

Cet espace de reprise vient s'ajouter à la palette des fonctionnalités digitales déjà proposées sur le site de la marque. Il s'inscrit dans le plan de relance annoncé il y a quelques mois par Pierre Guignot, Président Mitsubishi Motors en France, dont le premier volet était : « **réengager le réseau dans les services apportés aux clients** ».

Valérie Rzasnicki Audouin, Directrice Marketing de Mitsubishi Motors en France explique : « **Ce nouvel espace de reprise représente une réelle opportunité pour notre marque. D'une part, nous proposons désormais aux clients toute la palette de services attendus en ligne. D'autre part, la reprise digitalisée s'inscrit dans notre dynamique de profitabilité. Ce service sera une brique importante dans le lancement de notre modèle phare Outlander.** »

L'expertise d'autobiz fait une nouvelle fois la différence

Mitsubishi est le 6^{ème} constructeur à confier son service de reprise en ligne à autobiz. De par son savoir-faire data, son expertise du VO et sa capacité d'analyse du marché en temps réel, autobiz s'est montré, une nouvelle fois, le plus à même de répondre aux attentes du constructeur japonais.

En parallèle des pôles « Datas » et « Remarketing », l'activité « Digital » d'autobiz est, elle aussi, en plein essor. L'entreprise répond à une demande forte de la part des constructeurs et des distributeurs qui cherchent à digitaliser davantage leurs processus de reprise et à offrir une expérience client optimisée, de plus en plus tournée vers l'instantanéité et la simplicité.

« C'est la première fois que nous travaillons avec Mitsubishi et nous sommes fiers de leur confiance et de la place qu'il nous accorde dans le cadre de leur ambitieux plan de conquête sur le marché français. Ajouté à nos 5 autres constructeurs clients actifs en France, ce nouveau contrat démontre l'expertise de nos équipes Produit et Développement, pour créer des parcours en ligne simples, fiables et rapides à implémenter. Je veux aussi ici saluer l'expérience et le travail de nos équipes Digital et Customer Success pour transformer les nombreux leads ainsi créés en une source extrêmement importante de conquêtes et de fidélisation VN. », ajoute Emmanuel Labi, président d'autobiz.

À propos d'[autobiz](#)

Depuis 2004, autobiz accompagne tous les acteurs de l'industrie automobile en Europe, grâce à des solutions de valorisation et de reprise. Cet accompagnement est basé sur 20 ans d'historique data ainsi que le savoir-faire web, logiciel et métier des 320 collaborateurs de l'entreprise. Aujourd'hui basée à La Défense (92), autobiz dispose également de bureaux à Berlin, à Valence (Espagne), Milan et Tunis. autobiz accompagne plus de 20 leaders du remarketing occasion (constructeurs, banques, leasers, enchérisseurs...) ainsi que 6.000 points de vente dans 22 pays en Europe.
