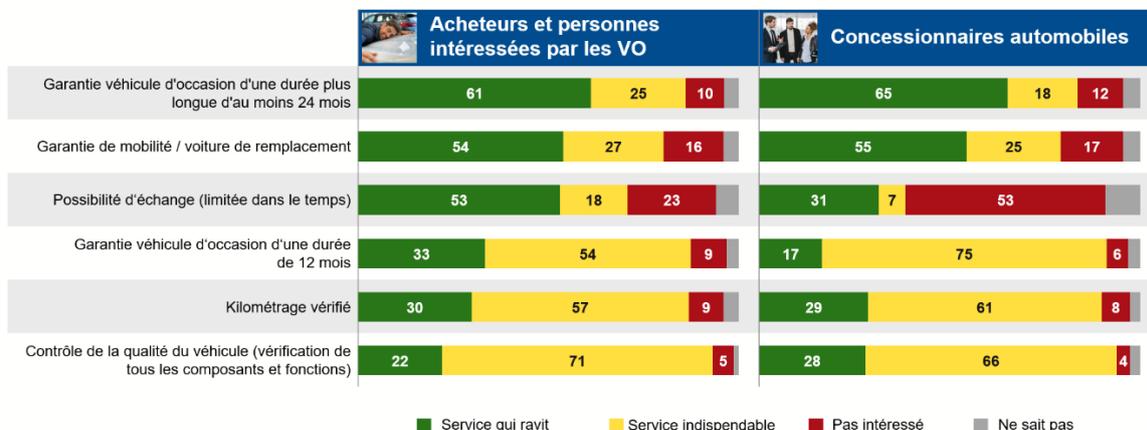


COMMUNIQUÉ DE PRESSE

L'étude *puls* montre le rôle clé des garanties pour les véhicules d'occasion*

Freiburg, 18.10.2023. La nouvelle étude de puls Marktforschung GmbH montre que les garanties pour les véhicules d'occasion sont devenues incontournables dans le commerce. Ce sondage représentatif a été réalisé auprès de concessionnaires et d'acheteurs.euses de véhicules, soit environ 1500 personnes au total. Il en ressort une image claire des souhaits des clients - et des points que le commerce peut encore optimiser.

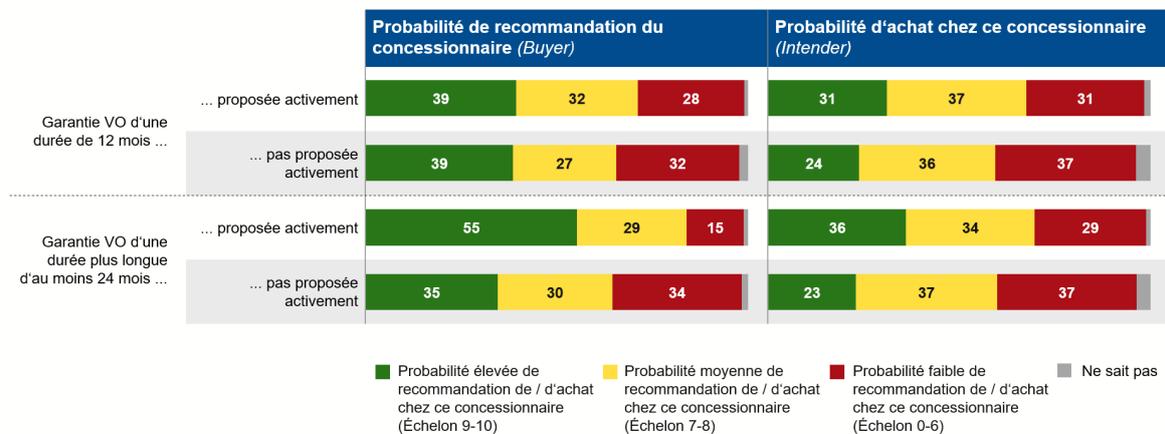
Les clientes exigent déjà une garantie pour les véhicules d'occasion : une majorité des participants déclarent que ce service est pour eux un « service indispensable ». Les durées d'au moins 24 mois présentent un potentiel encore plus important : seuls 25 % des participants considèrent un tel service comme normal – contre plus de 60 % qui pensent que c'est un « service qui séduit ». L'offre d'une garantie à court terme est donc suffisante pour répondre aux attentes fondamentales des personnes intéressées. Toutefois, pour obtenir une offre séduisante, le commerce doit étendre son offre et proposer des durées d'au moins 24 mois. Selon l'étude, seuls 22 % des concessionnaires automobiles le font jusqu'à présent. Beaucoup de potentiel est donc perdu.



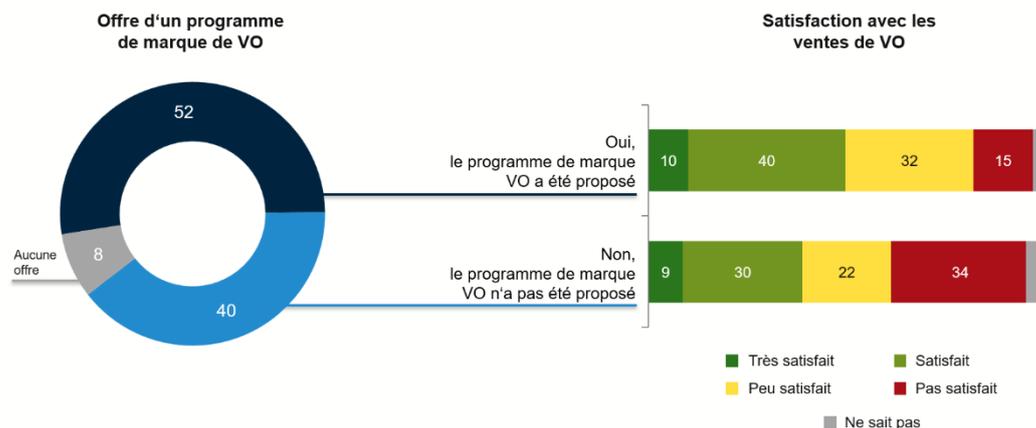
Graphique 1 : Estimation des services d'un programme de marque de véhicules d'occasion

Effets positifs sur la satisfaction

Les autres résultats montrent qu'une telle offre vaut également la peine au-delà de la satisfaction des attentes des clients et de l'effet sur la fidélisation de la clientèle qui en découle. L'offre active d'une garantie augmente considérablement la probabilité de recommandation du concessionnaire et d'achat chez celui-ci – parfois jusqu'à 20 %. En outre, la satisfaction du concessionnaire par rapport aux ventes conclues augmente fortement : de 39 % en l'absence d'offre d'un programme VO de marque à 50 % en présence d'une offre existante.



Graphique 2 : Probabilité de recommandation du concessionnaire et d'achat chez celui-ci en fonction de l'offre active d'une garantie VO

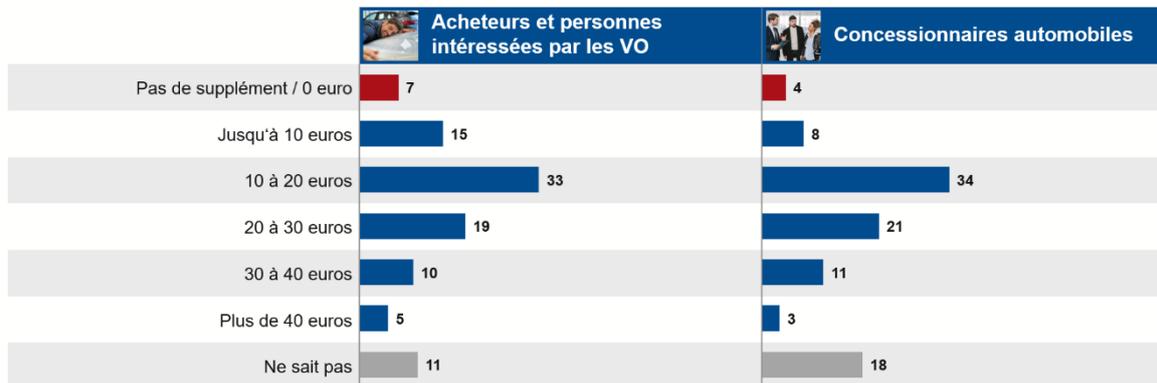


Graphique 3 : Influence d'un programme de marque VO sur la satisfaction du concessionnaire par rapport aux ventes conclues de VO

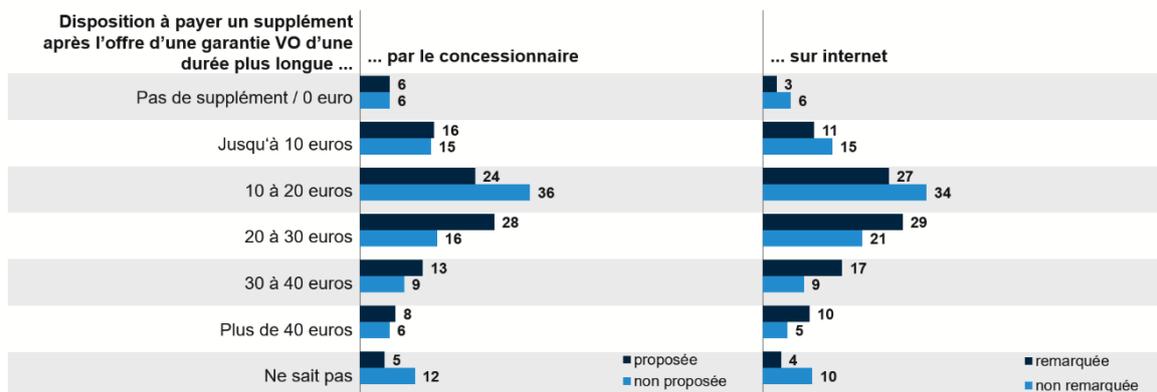
Claire augmentation de la disposition à payer un supplément

Il est d'autant plus important de tirer avantage de ce potentiel qu'il permet de répondre aux attentes des clients et d'exploiter une plus grande disposition à payer des suppléments. Plus de 50 % des participants souhaitent par exemple une offre

d'extension après l'expiration de la garantie du véhicule d'occasion et sont également prêt à investir : ils estiment que des suppléments de plus de 40 € par mois sont réalistes. Cette disposition à payer des suppléments augmente considérablement quand une offre correspondante est activement proposée.



Graphique 4 : Quel est le supplément mensuel maximum que vous seriez / vos clients seraient prêts à investir pour une garantie prolongée sur les véhicules d'occasion ?

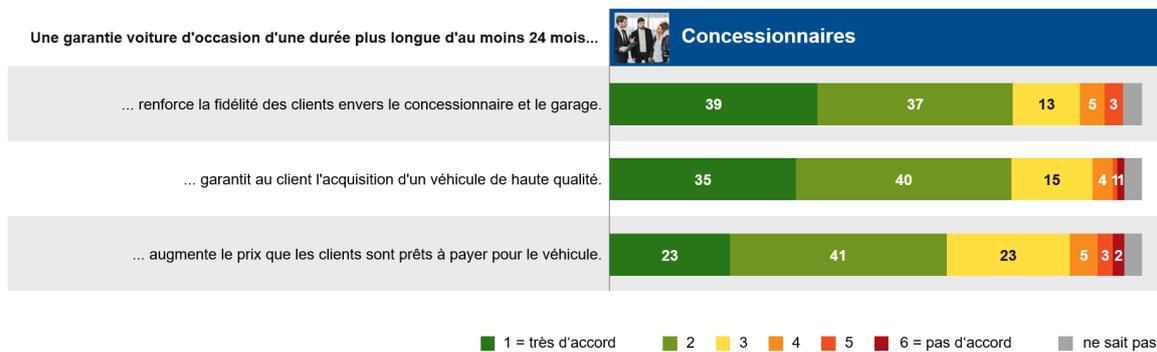


Graphique 5 : Quel est le supplément mensuel maximum que vous seriez prêts à investir pour une garantie prolongée sur les véhicules d'occasion ?

Les acheteuses de véhicules sont donc favorables aux garanties et aux extensions de garantie - et sont même prêtes à payer un supplément significatif. L'offre active d'une extension correspondante en vaut clairement la peine pour les concessionnaires. De telles offres sont par exemple possibles grâce aux Services de marketing direct ainsi qu'au programme de contact client de CarGarantie : les clients reçoivent ici des courriers contenant des offres, par exemple d'extension de garantie. Le programme de contact client CarGarantie atteint des taux de réussite allant jusqu'à 28 %.

Les commerçants sont conscients des avantages d'une garantie : une majorité des entreprises interrogées rapportent des effets positifs sur la satisfaction et la fidélité des

clients. Il est donc d'autant plus important que les commerçants ne se contentent pas de ces connaissances théoriques, mais les transforment également en une offre active.



Graphique 6 : La majorité des concessionnaires s'attend à une fidélité plus élevée des clients grâce à la garantie VO d'une plus longue durée.

Dr. Marcus Söldner, directeur général de CarGarantie :

« Les garanties sur les véhicules d'occasion offrent de nombreux avantages : elles renforcent la confiance du client, ont un effet positif sur le taux de recommandation et les lient à l'entreprise à long terme après une vente. De plus, les clients sont prêts à payer des suppléments élevés tous les mois pour continuer à être protégés par la garantie. Pourtant, ce potentiel n'est toujours pas exploité.

CarGarantie propose aux commerçants des programmes personnalisés avec des garanties et des assurances frais de réparation qui répondront aussi bien aux attentes des clients qu'aux exigences des commerçants et qui aident ainsi à mettre en pratique les résultats de l'étude. Le programme de contact client, avec ses bons taux de réussite, est déjà un moyen efficace pour y parvenir. »

* Il s'agit ici aussi bien des garanties que des assurances frais de réparation.

Avec près de 50 ans d'expérience et un chiffre d'affaires annuel d'environ 240 millions d'euros, ainsi qu'une présence sur le marché dans 19 pays, CarGarantie est l'un des premiers assureurs spécialisés dans les programmes de garantie et de fidélisation des clients pour véhicules neufs et d'occasion en Europe. Plus de 40 constructeurs et importateurs et plus de 23 000 revendeurs spécialisés font confiance aux programmes de garantie individualisés et à la haute qualité de service de CarGarantie. En tant que partenaire fiable, CarGarantie mise sur la stabilité et la longévité.