



## L'analyse Fidcar pour le Grand Prix des Réseaux 2019 : Les avis des MRA sur le Web

Créé en 2017, Fidcar accompagne les professionnels de l'automobile dans leur satisfaction et fidélisation client. Une plateforme qui travaille avec pas moins de 1 200 points de vente à travers la France et l'Espagne. Un véritable partenaire pour les entreprises qui permet d'améliorer leur e-réputation, de fidéliser les clients, de nettoyer leurs données, d'optimiser leurs ventes et de se situer par rapport à la concurrence. Un véritable outil pour les entreprises afin de partager et évaluer l'expérience client au sein de leur concession ou garage ainsi que de communiquer sur le web de la satisfaction de leurs clients.

Le jeudi 7 Novembre dernier, l'équipe Fidcar a eu l'honneur de participer avec Decision Atelier à la 15ème édition du Grand Prix des Réseaux. Pour cela une étude a été réalisée par la start-up sur les notes laissées sur Internet par les consommateurs après leur passage dans un atelier.

Cette étude a rassemblé pas moins de 10 400 ateliers dont 5 850 MRA sous enseigne. L'outil Fidcar a donc récupéré 450 000 notes sur Google My Business, Facebook et les Pages Jaunes.

L'équipe Fidcar a pu remarquer grâce aux résultats qu'environ 1/4 des MRA ne sont pas référencés sur les trois sites.

### Chiffres clés

**75%** des ateliers sous enseigne sont référencés sur le web avec en moyenne une note de **8.6/10** apportée par **19 avis**

**"Le nombre moyen d'avis par garage reste faible, en particulier chez les MRA. Par comparaison, il n'est pas rare que dans l'hôtellerie un établissement cumule au moins 200 avis"** déclare Fabrice Caltagirone, CEO - Co-fondateur de Fidcar.

Grâce à cette étude nous pouvons effectivement voir que les professionnels de l'automobile ont besoin d'améliorer et de développer leur e-réputation ainsi que leur satisfaction client. Malgré une note moyenne de 8.6/10 les MRA peuvent mieux faire.

**« Si cette note apparaît comme pas si mal car elle dépasse la barre symbolique des 8/10, sous laquelle les consommateurs se détournent de l'établissement, elle ne représente néanmoins pas un niveau de qualité exempt d'expériences négatives, comme le laisserait à penser une note d'au moins 9/10, qui fait la différence. En fait, tout se joue entre 8 et 10 »** selon le fondateur de Fidcar.