

Plus de 70 % des clients après-vente en France sont intéressés par une estimation de la valeur de leur véhicule

- Les 25–34 ans se sont montrés les plus réceptifs, avec 88 % exprimant leur intérêt.
- 60 % des personnes interrogées se déclarent intéressées par des informations du concessionnaire concernant un éventuel véhicule, neuf ou d'occasion.
- Les solutions de libre-service de Tjekvik peuvent être utilisées pour présenter aux clients des produits et services additionnels à valeur ajoutée lors du processus d'enregistrement.

Une nouvelle enquête nationale révèle qu'une large majorité de clients après-vente en France souhaitent recevoir une estimation de la valeur de leur voiture lorsqu'ils déposent leur véhicule pour un entretien ou une réparation. Ces résultats mettent en lumière le rôle important que peut jouer le département après-vente dans la génération de prospects pour les ventes de véhicules neufs et d'occasion.

L'enquête, commandée par Tjekvik, spécialiste des solutions digitales pour l'après-vente, montre que 71 % des clients seraient disposés à recevoir une estimation de leur véhicule actuel, dont 23 % "très intéressés" et 48 % "assez intéressés".

Les 25-34 ans sont les plus réceptifs, avec 88 % souhaitant connaître la valeur de leur véhicule lors de leur passage par le service après-vente. Seuls 54 % des 65 ans et plus partagent cette opinion. Les répondants situés en Corse sont les plus enclins à recevoir une estimation, tous ayant exprimé leur intérêt.

Cet intérêt marqué peut également générer des leads de vente supplémentaires pour les concessionnaires. À la question : « *Lors de votre prochain passage au service après-vente, dans quelle mesure seriez-vous intéressé(e) d'entendre parler d'un éventuel véhicule de, neuf ou d'occasion ?* », l'enquête révèle que 60 % des clients sont intéressés, dont 16 % "très intéressés" et 44 % "assez intéressés".

L'étude montre que les résidents d'Île-de-France sont les plus ouverts à entendre parler d'un véhicule, avec 72 % d'entre eux exprimant un intérêt. Les 25–34 ans se révèlent à nouveau les plus réceptifs (75 %), tandis que les 65 ans et plus sont les moins intéressés (42 %).

Christian Mark, CEO et cofondateur de Tjekvik, a dit : « *Notre enquête montre que la grande majorité des clients après-vente en France sont prêts à parler d'un remplacement de leur véhicule. En intégrant ces opportunités commerciales dans les processus après-vente, les concessionnaires peuvent capitaliser sur les points de contact existants avec leurs clients pour accroître leur rentabilité.* »

Les solutions de libre-service numérique de Tjekvik permettent de présenter de manière claire et cohérente des produits et services additionnels aux clients lors du check-in à la maison ou en concession. En plus des éléments tels que les plans d'entretien et les extensions de garantie, les concessionnaires peuvent proposer des offres commerciales à leurs clients, notamment des estimations de véhicules ainsi que des offres sur des véhicules neufs et d'occasion.

Pour en savoir plus sur les solutions de libre-service numérique de Tjekvik, rendez-vous sur : <https://www.tjekvik.com/fr>

Notes aux rédacteurs

*Enquête réalisée par OnePoll auprès de 1,000 conducteurs français utilisant des concessions franchisées pour l'entretien et la réparation de leur véhicule.

À propos de Tjekvik

Tjekvik développe des technologies intelligentes de libre-service pour les services après-vente des concessionnaires. Elles optimisent l'efficacité et la productivité en après-vente, offrant une expérience client améliorée. Tjekvik permet aux clients d'éviter les files d'attente et de gérer le dépôt et la récupération de leur véhicule en toute sécurité quand, comment et où ils le souhaitent : à domicile, en concession ou à l'extérieur. Grâce à Tjekvik, le personnel après-vente peut se concentrer sur l'essentiel, pendant que la concession augmente ses revenus grâce à la fonctionnalité de vente additionnelle lors du check-in et du check-out numérique. Le logiciel de Tjekvik et ses bornes internes et externes sécurisées peuvent être entièrement personnalisées suivant l'identité visuelle de la marque ou de la concession, garantissant ainsi un parcours client fluide, tant en présentiel qu'à distance.

Présente dans 34 pays et dans 30 langues, la technologie Tjekvik est rapidement devenue une solution incontournable pour les concessionnaires franchisés en Europe. Pour plus d'informations sur la technologie intelligente de libre-service de Tjekvik, rendez-vous sur www.tjekvik.com