

Les 4 tendances qui accélèrent la transformation des concessions en 2024

Robert Raiola - CMO Nextlane

Paris, le 18 janvier 2024 - Dans le monde effréné des concessions automobiles, le paysage évolue à une vitesse vertigineuse, introduisant des tendances transformatrices qui redessinent l'industrie. Alors que nous entrons dans l'année 2024, les concessions se trouvent à la croisée de l'innovation et de l'adaptation, embrassant le changement pour répondre aux besoins dynamiques des consommateurs d'aujourd'hui. Voici les quatre grandes tendances qui laissent une empreinte indélébile sur les concessions automobiles en 2024.

1. La Révolution Électrique : Avancer Vers un Avenir Plus Vert

Le vrombissement des véhicules électriques (VE) n'est plus un écho lointain, mais une symphonie qui résonne de plus en plus sur les parkings des concessionnaires. En 2024, la révolution électrique a transcendé la nouveauté pour devenir une force grand public. À mesure que les constructeurs repoussent constamment les limites de la technologie des batteries, l'autonomie et les performances des VE atteignent des sommets sans précédent. En 2024, la prise de conscience croissante de la durabilité environnementale ainsi que l'arrivée de véhicules à moins de 25.000 € vont accélérer encore cette tendance, et une pousser toujours plus de consommateurs à passer à l'électrique.

Cependant, il ne s'agit pas seulement des voitures elles-mêmes ; c'est aussi une question d'infrastructure qui les soutient. Les concessions investissent massivement dans des stations de

recharge, afin de répondre à la demande de leurs clients et développer ainsi une nouvelle source de revenus.

2. Transformation Numérique : Où les showrooms deviennent virtuels et les transactions sans couture

Si les showrooms virtuels se sont multipliés ces dernières années, la volonté toujours plus pressante d'offrir une expérience client omnicanal font présager une accélération de ce type de projet. En 2024, l'industrie automobile verra une augmentation significative des ventes en ligne et offrira une expérience client toujours plus numérisée. Des salles d'exposition virtuelles, complètes avec des modèles 3D et des expériences immersives, permettront à toujours plus de clients d'explorer les véhicules depuis le confort de leur foyer.

Les plateformes de commerce électronique sont devenues le nouveau champ de bataille, avec des concessions offrant des options d'achat en ligne, des essais virtuels et même une livraison à domicile. Les stratégies de marketing numérique sont au centre de l'attention, exploitant les médias sociaux, les influenceurs et les avis en ligne pour créer un engouement autour des derniers modèles. Le processus séculaire d'achat d'une voiture subit une métamorphose numérique, et les concessions sont les acteurs principaux de ce nouveau monde.

3. Informations fondées sur les données : décoder le parcours du client

En 2024, le pouvoir des données n'est plus un mot à la mode mais un impératif stratégique pour les concessions automobiles.

L'utilisation d'analyses avancées et d'intelligence artificielle est devenue un pilier du succès. Les analyses prédictives ne se contentent pas de prévoir les tendances du marché, mais guident également les concessions dans une gestion plus efficace des stocks.

Les systèmes de gestion de la relation client (CRM) ne sont plus simplement des répertoires numériques ; ce sont des outils sophistiqués suivant chaque interaction client, et permettant de comprendre les attentes des clients. Cette richesse de données est exploitée pour créer des stratégies marketing personnalisées, veillant à ce que chaque client se sente plus qu'un simple numéro.

4. Expérience client 2.0 : Au-delà de la concession

L'expérience client est passée d'un sourire et d'une poignée de main à un parcours numérique transparent qui s'étend au-delà du terrain de la concession. En 2024, les chatbots alimentés par l'IA deviennent le premier point de contact, fournissant une assistance et des conseils instantanés. La personnalisation est clé pour permettre aux concessionnaires d'offrir des recommandations, des promotions et des services sur mesure en fonction des préférences individuelles.

Les plateformes de services numériques permettent aux clients de planifier l'entretien, de suivre l'historique de l'entretien et même de diagnostiquer les problèmes à distance. Les concessionnaires automobiles savent que l'expérience client nécessite une approche à 360 degrés et que chaque point de contact est important.

En conclusion, alors que les concessionnaires automobiles naviguent dans ce paysage dynamique, ces quatre tendances façonneront le cours du secteur en 2024. La révolution électrique, la transformation numérique, les informations fondées sur les données et l'expérience client premium ne sont pas seulement des tendances, mais les piliers sur lesquels repose l'avenir de la distribution automobile. Attachez votre ceinture, le voyage ne fait que commencer.