
Près de 95% des concessions partenaires d'heycar renouvellent leur confiance pour 2024

Paris, le 29 janvier 2024

En seulement 2 ans, heycar a su s'imposer comme un acteur de référence pour devenir la 3^{ème} plateforme infomédiaire sur le marché français et fait ainsi figure de véritable partenaire commercial auprès des groupes de distribution automobile. Pour 2024, ce sont près de 95% des concessions partenaires qui ont réitéré leur confiance. La plateforme de vente en ligne de VO, avec uniquement des offres de concessionnaires partenaires, confirme son statut de challengeur et de disrupteur sur un marché dominé par des acteurs historiques au modèle traditionnel.

Avec plus de 160 groupes de distribution (soit un peu moins de 1600 points de vente), heycar accompagne désormais près de 60% du top 100 des groupes de distribution automobile Français.

Cette liste vient d'être enrichie par de nouvelles collaborations avec notamment 3 groupes du Top 40 des distributeurs automobiles français. Les clients particuliers ont ainsi accès à une offre de plus de 80 000 annonces disponibles sur le site heycar.com/fr.

Lors de son lancement fin 2021 sur le marché français, l'ambition d'heycar était de devenir un acteur incontournable auprès des clients particuliers comme des professionnels. Après 2 ans d'activité dans l'hexagone, les résultats obtenus sont à la hauteur des objectifs fixés :

- plus de 110% de l'objectif de chiffre d'affaires atteint en 2023
- une hausse de plus de 51% du volume de leads 2023 par rapport à 2022,
- une fréquentation du site internet multiplié par 2,5 entre juin 2022 et juin 2023, qui dépasse la barre des 2 millions de visites par mois.

Grâce à un nouveau modèle bénéficiant aux groupes de distributions et leurs points de

vente, heycar a su convaincre, conquérir et fidéliser ses partenaires. Les concessionnaires bénéficient d'une concurrence de prix équilibrée, d'un modèle de facturation à la performance et non au volume d'annonce, synonyme de marges préservées et de coûts à la vente plus compétitifs par rapport aux acteurs historiques du secteur.

Au fil des mois, heycar a développé une approche entièrement tournée vers les concessionnaires, et se positionne comme le partenaire commercial privilégié des groupes de distribution. La notion de 'concessionnaire-friendly' est l'ADN d'heycar.

La plateforme a fait le choix de développer une approche hybride et phygital, non seulement pour les consommateurs, en alliant expérience de recherche en ligne et parcours d'achat traditionnel en concession, mais aussi pour les concessionnaires, qui peuvent bénéficier de l'expertise digitale d'heycar et d'une équipe commerciale dédiée pour les accompagner au quotidien.

Une étape importante a été franchie en novembre 2023 avec le lancement d'une nouvelle version du site web heycar.com/fr, entièrement revue pour faciliter et enrichir l'expérience des utilisateurs, dont 80% se connectent via leur mobile. De nouveaux services complémentaires ont aussi été ajoutés, tels que la réservation en ligne avec finalisation de la transaction en concession (offre 100% rémunéré à la vente, une première sur le marché des infomédiaires) et l'estimation en ligne gratuite avec reprise à domicile. Enfin, heycar propose également à ses partenaires une visibilité et mise en avant de leur service sur son site internet avec la création d'une offre publicitaire.

Les ambitions de la plateforme sur le marché français sont revues à la hausse sur 2024, avec le soutien renouvelé de ses principaux actionnaires : le groupe Volkswagen, le groupe Renault et Allianz, traduisant la confiance portée dans le modèle d'heycar, et la volonté d'accélération sa croissance.

La nouvelle plateforme d'heycar devra permettre d'atteindre l'objectif de doubler le volume de leads d'ici à fin 2024 et d'offrir des coûts à la vente encore plus compétitifs. Après avoir plus que doublé la fréquentation du site en 2023, l'objectif sera de continuer sur cette même dynamique pour l'année à venir. Le nombre d'annonces en ligne continuera lui aussi d'augmenter, avec l'objectif de franchir le cap des 100 000 courant

2024.

« Se faire une place sur le marché Français en 2 ans a été un vrai challenge, avec une forte concurrence, mais nous pouvons être fiers et satisfaits des résultats obtenus. Il reste encore d'autres grands défis que nous allons relever avec le soutien de nos actionnaires. Nous sommes dans une phase de scale-up pour conquérir des parts de marché, et accélérer notre développement. Nous nous positionnons comme un véritable challenger dont la mission est d'apporter la meilleure expérience client, avec de nouveaux services innovants. C'est la principale force d'heycar par rapport à nos concurrents : notre capacité à proposer un accompagnement de proximité à nos partenaires. Les équipes concessionnaires bénéficient aussi de notre expertise digitale dans tout le parcours de gestion de lead : acquisition, gestion et traitement de lead, transformation et développement de nouveaux services pour répondre à leurs besoins. Notre mission est ainsi d'aider nos partenaires dans le développement d'un modèle 'phygital' dans lequel l'humain reste toujours au centre, avec une approche "mobile first" qui suit l'évolution du comportement des consommateurs. »

Mathias Hioco - CEO heycar France
