

## **Tendance « Concessionnaires mourants »**

### **Comment une start-up de mobilité allemande veut convaincre avec un modèle d'affaires innovant**

*Allemagne, 27.04.23* – **Le secteur automobile - et donc le commerce automobile - est en pleine mutation dans le monde entier. Les voitures électriques ou l'autopartage, le changement climatique et la numérisation mettent les constructeurs et les concessionnaires automobiles sous pression. Mais il y a des solutions : La start-up ElectricBrands d'E-Mobility soutient les concessionnaires automobiles avec un nouveau modèle d'affaires et tente ainsi de réhabiliter le commerce automobile classique.**

La voiture continue de se développer dans le contexte de la numérisation et de la crise climatique. Ce qui n'a jusqu'à présent reçu que peu d'attention : De même, le commerce automobile est en pleine mutation.

« La façon dont nous achetons des voitures va changer radicalement dans les années à venir. Les dirigeants de groupes automobiles internationaux en sont convaincus », écrit KPMG dans son étude actuelle « Global Automotive Executive Survey ». L'achat d'une voiture neuve classique chez le concessionnaire automobile est en baisse. L'activité de flotte est de plus en plus reprise par les constructeurs automobiles eux-mêmes. Le commerce de voitures d'occasion est géré par des plateformes sur Internet. Si les commerçants veulent survivre, ils doivent se réorienter et répondre aux nouveaux besoins des clients.

De plus en plus de véhicules sont vendus en ligne. Selon KPMG, 70 % des personnes interrogées estiment qu'en 2030, les voitures seront principalement achetées en ligne et 40 % des voitures en Europe seront

achetées sans aucune participation des concessionnaires. Le constructeur allemand ElectricBrands vend ses véhicules légers électriques XBUS et Evetta en ligne par le biais de son site Internet. De même, l'entreprise mise sur un solide réseau de concessionnaires et de services : Au cours des cinq dernières années, l'entreprise a convaincu plus de 900 concessionnaires automobiles dans 19 pays européens avec son modèle commercial.

### **Intermédiaire au lieu de vendeur**

ElectricBrands s'appuie sur ce que l'on appelle le « modèle d'agence ». Dans ce cas, le concessionnaire n'agit plus seulement en tant que vendeur du véhicule, il est un agent du fabricant. Pour une commission, il agit en tant qu'intermédiaire et reste une interface importante entre le fabricant et le client. Dans le système d'agence, c'est le constructeur qui fixe les prix de ses véhicules et non le partenaire commercial. Un véhicule coûte alors exactement le même montant en vente directe en ligne qu'en concession. Cela implique une transparence absolue des prix pour le client et plus de négociations de prix avec les commerçants. Les vendeurs d'automobiles conseilleront les clients à l'avenir, livreront des voitures, se procureront des pièces de rechange, effectueront des courses d'essai et fourniront des services.

Berend Jan Hoekman, directeur des ventes chez ElectricBrands, explique : « Tous nos distributeurs bénéficient à la fois d'avantages liés à la marque et un autre atouts. Ils connaissent le marché local mieux que quiconque. »

ElectricBrands bénéficie ainsi des relations des distributeurs et mise sur leur expertise et leur proximité avec le client.

### **La catégorie des véhicules légers électriques en tant que nouvelle solution de mobilité**

En plus du modèle d'agence, ElectricBrands offre une autre valeur ajoutée aux concessionnaires automobiles : un nouveau concept de mobilité.

Avec les véhicules légers électriques, l'entreprise souhaite redéfinir la voiture et rendre le déplacement individuel flexible, durable et économique.

L'entreprise d'électromobilité réagit ainsi au changement de comportement des utilisateurs dans le domaine de la mobilité et ouvre aux concessionnaires automobiles une nouvelle perspective pour la vente de véhicules. En effet, pour fidéliser ses clients et en acquérir de nouveaux, elle a besoin de solutions de mobilité originales et d'une offre diversifiée.

Il convient de souligner en particulier la liberté qu'ElectricBrands accorde à ses partenaires commerciaux dans la commercialisation du XBUS et de l'Evetta. Le partenaire prend en charge le processus de livraison et le contrôle de la qualité, contrôle toutes les fonctions du véhicule et donne au client des instructions détaillées.

Avec les véhicules légers électriques du portefeuille de mobilité, les clients peuvent être servis et conseillés de la meilleure façon possible par le concessionnaire. « Nos partenaires commerciaux ont immédiatement reconnu les possibilités offertes par ElectricBrands avec le XBUS et l'Evetta et ont rejoint le réseau avec enthousiasme », précise Hoekman.

ElectricBrands ne cesse d'étendre son réseau. Ainsi, après la conclusion du contrat d'exportation pour les pays du Benelux, le développement de son réseau de distribution aux Pays-Bas a déjà fait l'objet de travaux intensifs. Avec 19 représentants dans 27 points de vente, le XBUS et l'Evetta aux Pays-Bas sont facilement accessibles à tous. De même, le marché anglais doit être davantage impliqué. « L'objectif est de gagner 1 200 partenaires commerciaux dans toute l'Europe », ajoute M. Hoekman.

Le marché automobile a besoin de nouveaux modèles de distribution et doit réagir à l'avancée des voitures électriques et des nouvelles solutions de mobilité. ElectricBrands combine cela avec son modèle d'agence et la catégorie des véhicules légers électriques. Avec ces concepts innovants, l'entreprise offre une nouvelle opportunité aux concessionnaires automobiles et souhaite ainsi garantir le meilleur service à ses clients.