

## **Près de 60 % des clients français sont intéressés par des produits et services additionnels lors d'un entretien ou d'une réparation en concession**

- Une enquête nationale a révélé que 70 % des conducteurs basés en Île-de-France sont réceptifs à l'achat de produits additionnels.
- 43 % des personnes interrogées préféreraient explorer ces options loin de la réception, par exemple lors de l'enregistrement en ligne à leur domicile ou via des bornes libre-service chez le concessionnaire.
- Les solutions de libre-service de Tjekvik aident à présenter aux clients des produits et services additionnels de manière claire et cohérente.

**25 septembre 2025** - Une enquête nationale montre que la majorité des clients français sont ouverts à découvrir des produits et services additionnels lorsqu'ils déposent leur véhicule pour un entretien ou une réparation en concession. En proposant activement des offres supplémentaires lors du dépôt des véhicules, les concessionnaires peuvent bénéficier d'opportunités de revenus importantes.

L'enquête, commandée par Tjekvik, spécialiste en technologies pour l'après-vente, a révélé que 59 % des conducteurs interrogés sont ouverts à en savoir plus sur des produits et services additionnels, tels que les forfaits de garantie prolongée, les plans d'entretien et les contrôles saisonniers du véhicule ; 14 % se déclarant « très intéressés » et 45 % « plutôt intéressés ».

L'étude a montré que les conducteurs basés en Île-de-France sont les plus réceptifs à l'achat de produits additionnels, avec 70 % d'intérêt exprimé. Les clients âgés de 25 à 34 ans présentent le niveau d'intérêt le plus élevé (71 %), suivis par ceux de 18 à 24 ans (65 %). Les personnes de 65 ans et plus sont celles qui s'intéressent le moins aux produits et services supplémentaires (51 %).

A la question : « *Quand préféreriez-vous être informé(e) sur de produits et services additionnels ?* », 43 % des personnes interrogées ont indiqué préférer explorer ces options lors du dépôt du véhicule, par exemple pendant le check-in en ligne (22 %) ou via le libre-service en concession (21 %). 52 % préféreraient discuter de ces options lorsqu'ils remettent leurs clés, avant la réalisation des travaux.

Les produits ou services suscitant le plus d'intérêt chez les conducteurs incluent les plans d'entretien (43 %), le contrôle saisonnier du véhicule (29 %), les balais d'essuie-glace (25 %), le complément d'huile (23 %) et les forfaits de garantie prolongée (21 %).

**Christian Mark, CEO et cofondateur de Tjekvik**, déclare : « *Nos résultats suggèrent que la majorité de clients en France sont ouverts à la découverte de produits et services additionnels lors de leur visite, ce qui offre aux concessionnaires l'opportunité d'augmenter leurs revenus. Avec un accent renforcé sur la vente additionnelle lors du check-in digital et en libre-service, les concessionnaires peuvent personnaliser l'expérience tout en réduisant la pression sur les clients comme sur les conseillers.* »

Les solutions de libre-service de Tjekvik, Home Check-in et borne interne, permettent aux clients de déposer et récupérer leur véhicule en toute sécurité, quand, où et comme ils le souhaitent – à leur domicile via leur smartphone, ou en concession via des bornes tactiles faciles à utiliser. Les bornes extérieures de Tjekvik offrent également une solution fluide de dépôt et de restitution 24 heures sur 24, 7 jours sur 7.

Ces solutions garantissent également que les produits et services à valeur ajoutée sont présentés aux clients de manière claire et cohérente pendant le processus de check-in, sans surcharger les conseillers.

\*\*\*

\*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](http://www.tjekvik.com)*