

# autoactu.com

Internet - 15/03/2023 - #Tesla , #Ford

Les sites web automobiles sont-ils prêts à proposer un parcours 100% en ligne ?

Par Xavier Champagne Chef de rubrique

Vous êtes abonné

Offrir cet article

The screenshot shows the VivaCar.fr website interface. At the top, there is a navigation bar with the VivaCar logo and several menu items: VOITURE OCCASION, TOP MODÈLES, TOP TYPE/ENERGIE, CONSEILS D'EXPERT, and BLOG AUTO. Below the navigation bar is a large green banner with a man pointing towards the camera. The banner text reads: "Passez au vert ! pour la St Patrick" and "5 200 OCCASIONS électriques et hybrides à partir de 125 €/mois en LOA". There is also a Trustpilot rating of 4.5 stars. Below the banner is a search interface titled "TROUVEZ VOTRE FUTURE VOITURE EN LEASING PARMIS 20 071 OCCASIONS". It features two search tabs: "Recherche par loyer" (selected) and "Recherche par prix". Under "Recherche par loyer", there are sliders for "Budget Mensuel" (ranging from 0€ to +2 000 €) and "Apport" (set to 0€). To the right, there is a "Recherche de véhicule" section with a search box "Par marque ou modèle..." and a "Localisez-moi" section with a search box "Ou tapez votre code postal...".

Vivacar fait partie des rares sites offrant un parcours d'achat 100% en ligne et une réponse de principe immédiate pour le financement.

**Si 40% des acheteurs de VN ou de VO se disent prêts à tout faire en ligne, rares sont les sites web qui sont en mesure de leur permettre d'aller au bout de leur démarche, selon des tests réalisés par C-Ways.**

A l'occasion du dernier Webin'Auto, Eric Champarnaud, DG de C-Ways, a révélé quelques éléments d'une enquête (appelée Nextcar) menée en 2022 auprès d'acheteurs récents d'un véhicule (\*) dans un point de vente.

Parmi les critères majeurs qui ont déterminé le lieu d'achat de leur véhicule, le prix ressort en premier, pour 31% des acheteurs de VN et 45% des acheteurs de VO. Le fait de pouvoir voir et essayer le véhicule arrive en seconde position (30% pour le VN et 37% pour le VO), suivi du contact humain et de la proximité. Pour l'acheteur de VN, la reprise de son véhicule et les délais de livraison comptent davantage que pour l'acheteur de VO qui tient surtout à réaliser un achat sécurisé (sans arnaque).

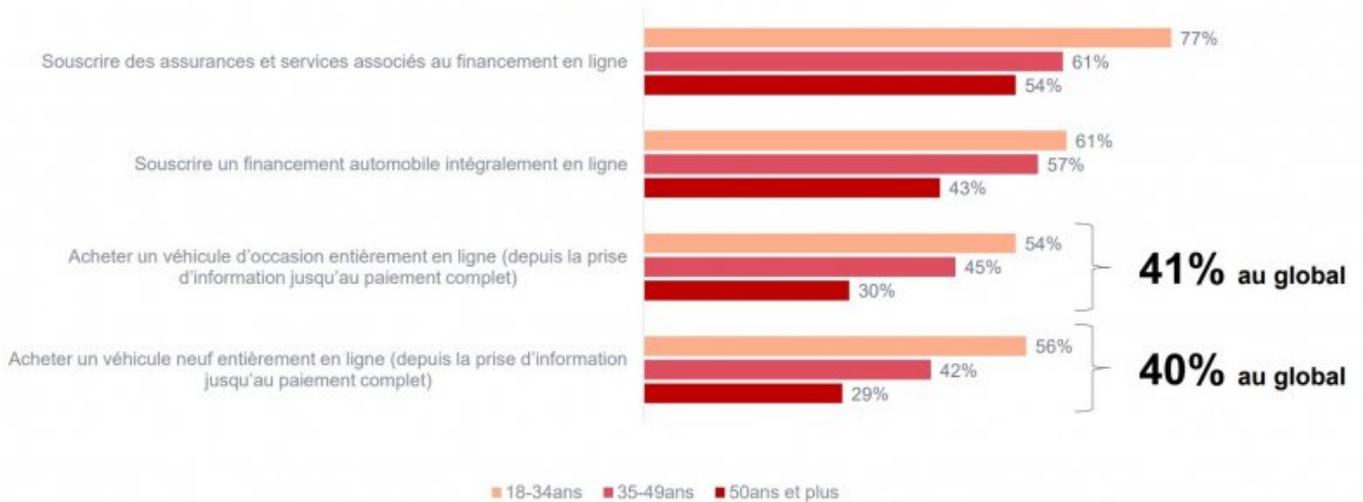


Le rôle d'internet se limite encore essentiellement à la recherche d'informations. Toutefois, tout de même 9% des acheteurs de VN et 6% des acheteurs de VO déclarent avoir payé intégralement leur véhicule sur Internet, et une proportion identique déclare avoir versé un acompte ou un premier loyer.

Par ailleurs, quatre personnes sur dix se disent prêts à acheter intégralement un véhicule sur Internet, qu'il soit neuf ou d'occasion. Plus elles sont jeunes, plus les personnes interrogées sont prêtes à franchir le pas. C'est même la majorité des jeunes de 18 à 34 ans. Les arguments avancés sont la simplicité, la praticité, la rapidité et même la sécurité.

### Aujourd'hui seriez-vous prêt(e) à ... ?

Part de répondants ayant répondu « Oui, assisté(e) d'un vendeur/conseiller » ou « Oui, en totale autonomie »



Si la population est prête à franchir le pas, les sites web automobile le sont-ils pour leur proposer un parcours 100% en ligne ? C-Ways s'est penché sur la question en réalisant des "achats mystères en ligne" sur une douzaine de sites "représentatifs de l'offre", à savoir des spécialistes (Aramis, Autohero, Elite-Auto), des distributeurs (Autosphere, Bymycar), des intermédiaires (Heycar), des financeurs (Vivacar, Reezocar) et des constructeurs (Tesla, Ford, Spoticar).

"Parmi ces acteurs, seulement quatre permettent finalement à l'internaute d'aller au bout de son achat en ligne : Vivacar, Autohero, Autosphere, Heycar", constate Eric Champarnaud. Pour les autres, des interactions avec un opérateur par e-mail ou par téléphone restent indispensables". Par ailleurs, seuls quatre sites proposent un simulateur de financement avec réponse de principe immédiate, déplore-t-il.

"Plusieurs sites sont davantage des plateformes de mise en relation avec des concessionnaires, générant une grande hétérogénéité dans l'expérience digitale en fonction du véhicule concerné. Toutefois, les bonnes pratiques apparues ces dernières années commencent à se généraliser, notamment la livraison à domicile ou le satisfait ou remboursé", dit-il.

De manière générale, Eric Champarnaud constate que "*ces acteurs ne sont pas encore alignés sur les standards du e-commerce. En matière de fonctionnalités, certains sites se passent de comparateur, de commentaires client ou de vidéos de présentation. L'essai physique semble disparaître peu à peu de l'univers des possibles. Néanmoins, certains sites se distinguent par des fonctionnalités innovantes : recherche par besoin, historique du véhicule, description précise des défauts*". Pour l'ergonomie et la facilité d'usage de leur site, Bymycar, Aramisauto, Elite-Auto et Autosphere sont les mieux placés, selon cette étude.

(\*) 743 acheteurs VN et 634 acheteurs VO, dont 226 acheteurs de VE, qui ont réalisé leur achat au cours des 6 derniers mois. Panel redressé pour être représentatif du marché français.

Actualité suivante : Pourquoi le "veto" à l'interdiction des moteurs thermique en 2035 n'est pas une surprise →