



LE GARAGISTE VU PAR LE CLIENT D'AUJOURD'HUI ET DE DEMAIN

ÉTUDE DES TENDANCES « AUTOMOBILISTE-GARAGISTE 2019 »

CONCERNANT L'ÉTUDE DESTENDANCES «AUTOMOBILISTE-GARAGISTE 2019»

Méthode

1006 entretiens

Enquête en ligne dans le groupe Internet de LINK

Période : octobre 2019



Groupe cible

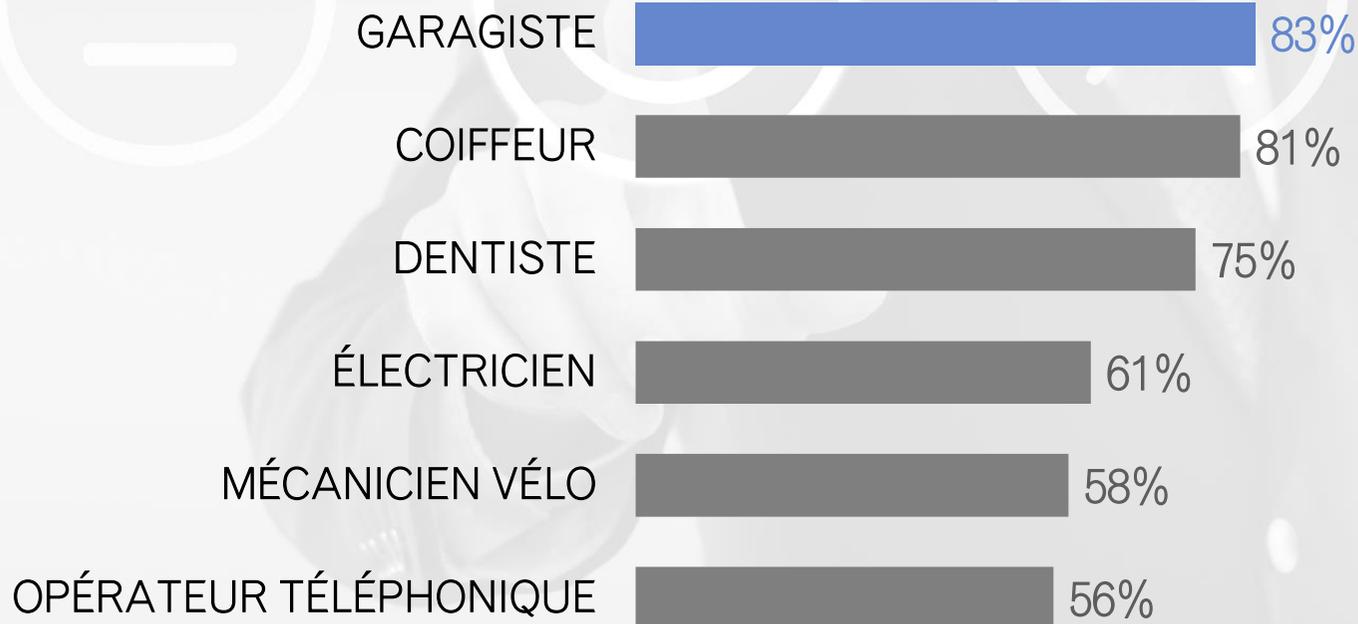
Personnes âgées de 18 à 65 ans

Représentatif par âge, sexe et région

Possession d'un véhicule & responsable de son entretien

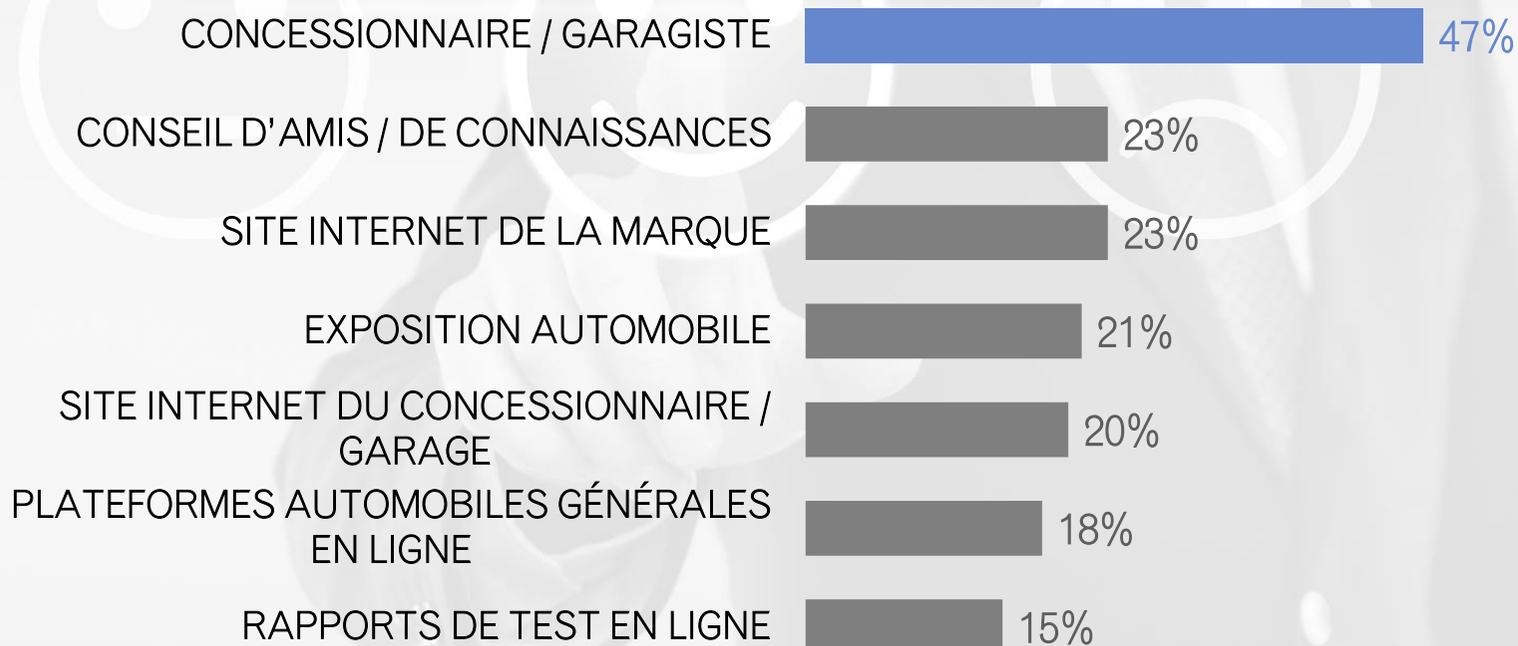
SATISFACTION GLOBALE FACE À DIFFÉRENTS FOURNISSEURS

SATISFACTION GLOBALE DES SUISSSES AVEC LEUR...

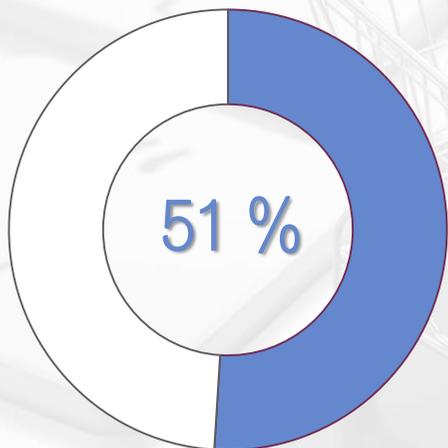


SOURCES D'INFORMATION POUR L'ACHAT DE VOITURE

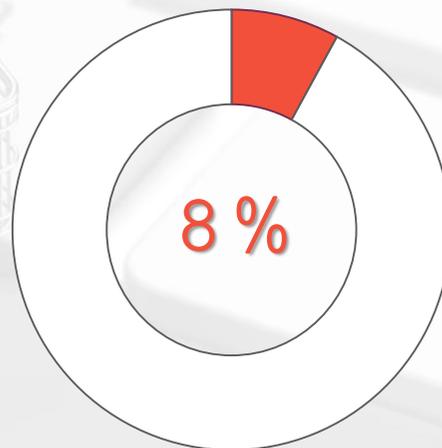
TOP 7 :



FUTURE INTENTION D'ACHAT

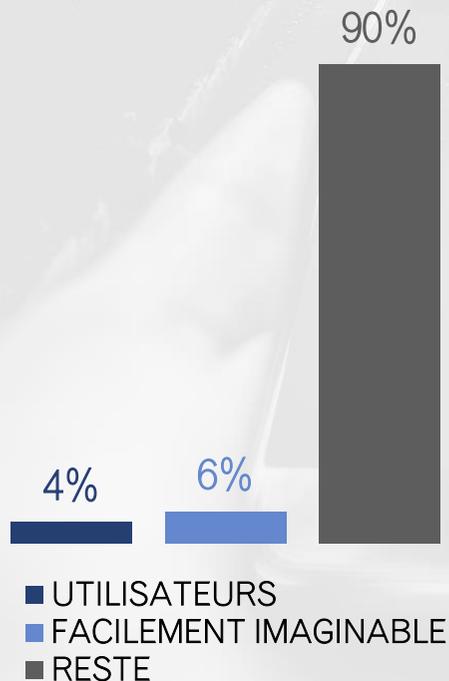


« JE LAISSE ENTIÈREMENT LA CONFIGURATION DU VÉHICULE À MON CONCESSIONNAIRE. »

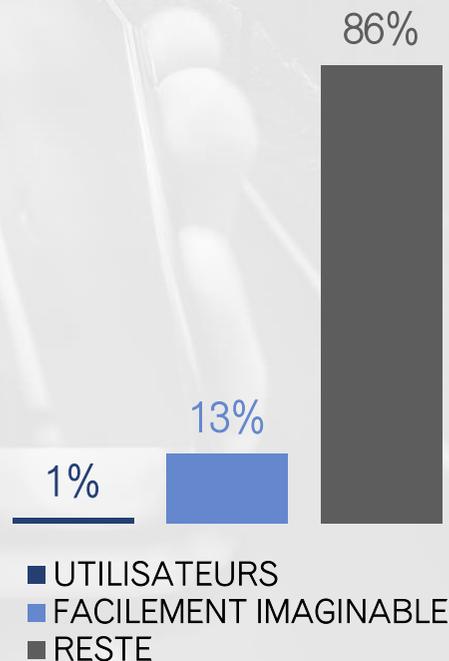


« JE CONFIGURERAI UNE VOITURE NEUVE EN LIGNE ET LA COMMANDERAI DIRECTEMENT EN LIGNE. »

POTENTIELS DE MARCHÉ POUR LE COVOITURAGE ET LES ABONNEMENTS AUTOMOBILES



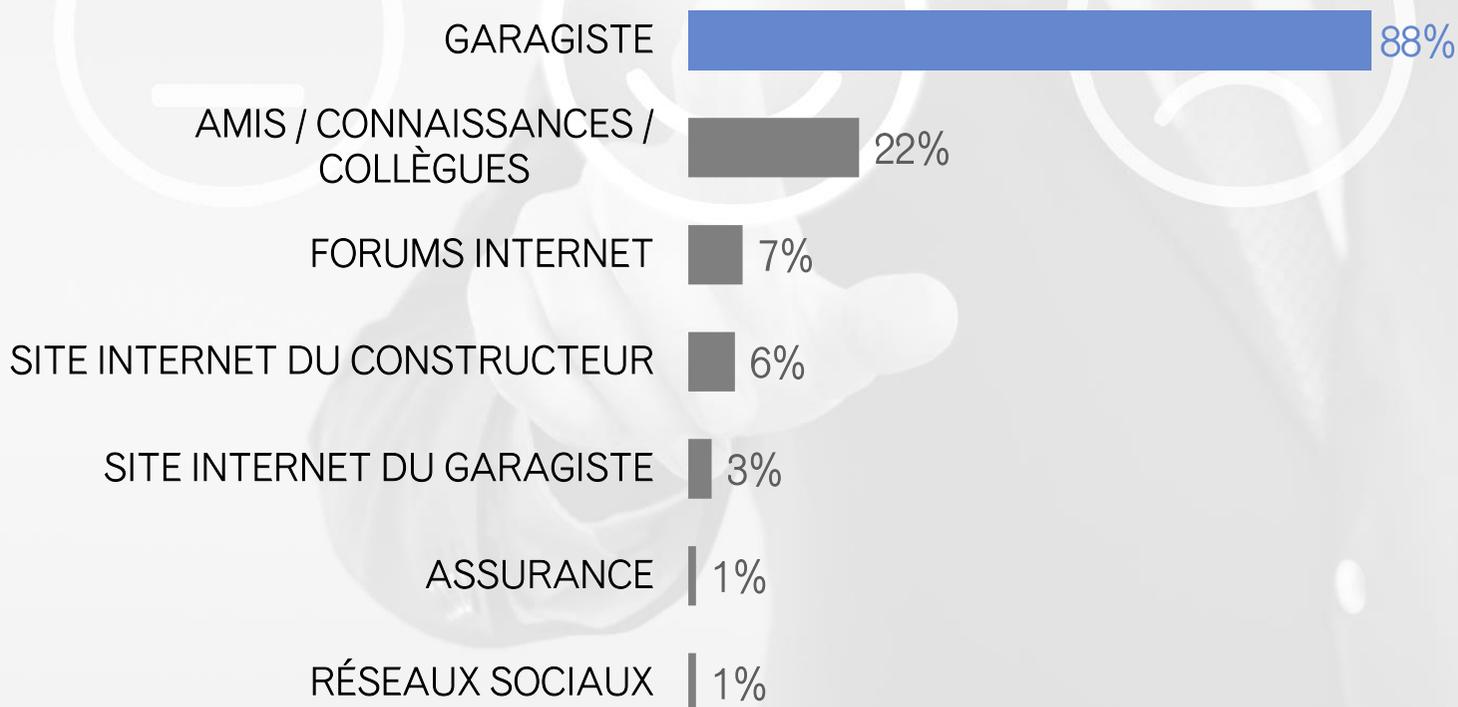
COVOITURAGE



ABONNEMENT AUTOMOBILE

SOURCES D'INFORMATION POUR LES TRAVAUX DE SERVICE

TOP 7 :



RÉSUMÉ I : VUE D'ENSEMBLE DES RÉSULTATS

1

GARAGISTES CARACTÉRISÉS PAR UNE EXCELLENTE FIDÉLISATION DE LA CLIENTÈLE

2

LE GARAGISTE EST ET RESTE LE PRINCIPAL INTERLOCUTEUR POUR L'ACHAT DE VÉHICULES ET LE SERVICE

3

POTENTIELS DE MARCHÉ LIMITÉS POUR L'ACHAT EN LIGNE ET LE COVOITURAGE

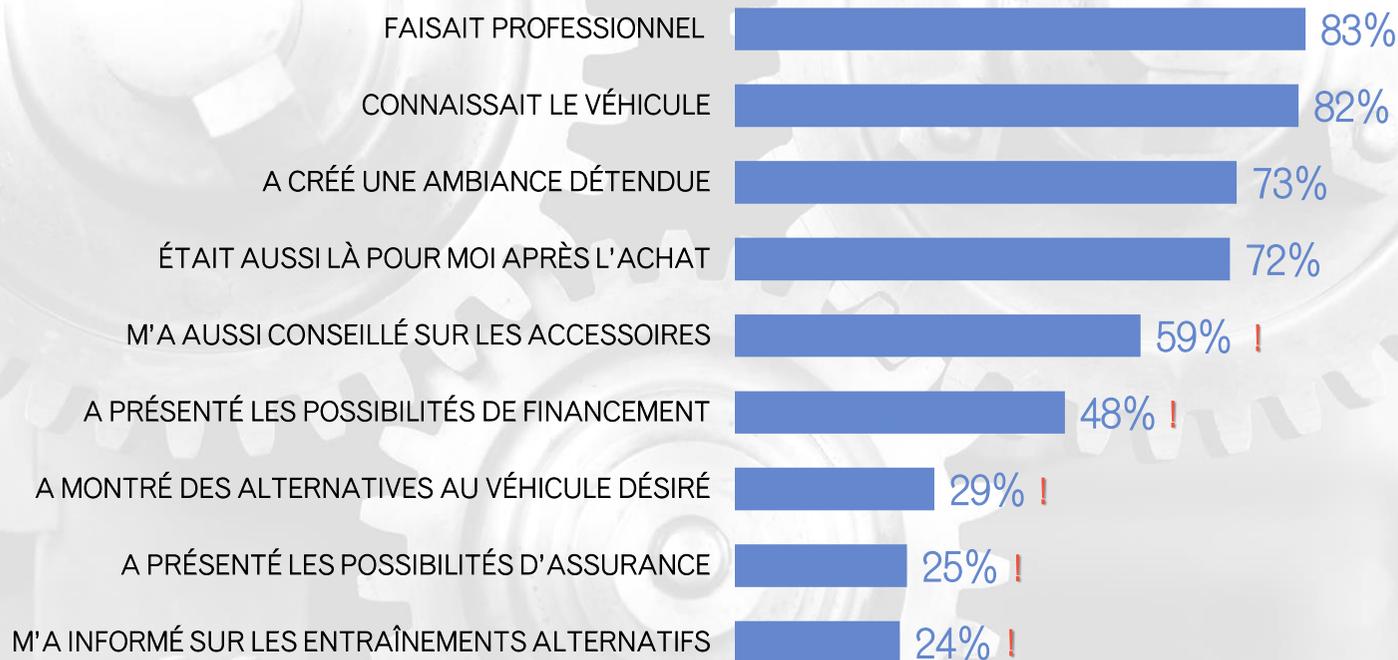
IMPORTANCE DES ASPECTS DE CONSEIL LORS D'UN ACHAT AUTOMOBILE

TOP 3 DU POINT DE VUE DU CLIENT :

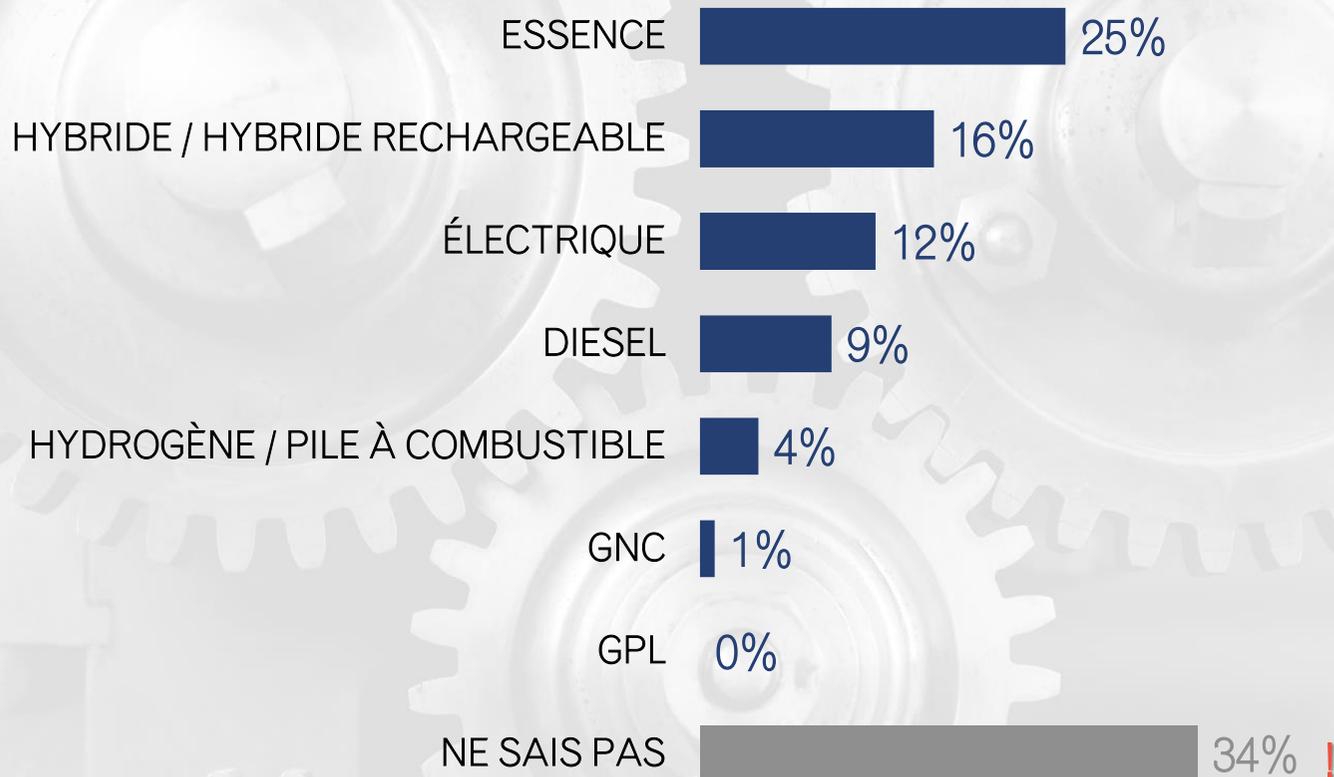
- (1) « TROUVER LA VOITURE RÉPONDANT AU MIEUX À MES BESOINS »
- (2) « DÉTERMINER LE MEILLEUR PRIX POUR UN VÉHICULE »
- (3) « RECEVOIR DE BONNES OFFRES COMPLÈTES (Y COMPRIS GARANTIES, SERVICES...) »

QUALITÉ PERÇUE POUR LE CONSEIL DE VENTE CONCERNANT LES VOITURES NEUVES

LE VENDEUR DE LA DERNIÈRE VOITURE ACHETÉE...

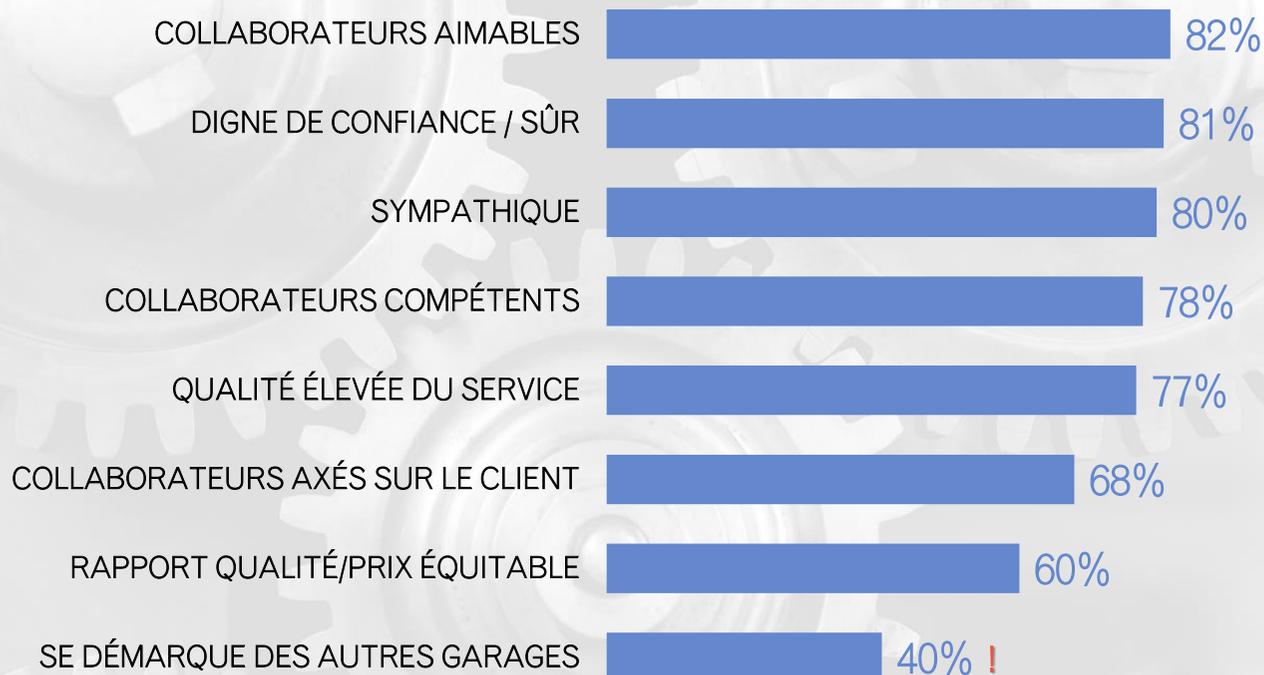


ENTRAÎNEMENT PRÉVU LORS DU PROCHAIN ACHAT D'UNE VOITURE



ÉVALUATION DE SON GARAGE PERSONNEL

PARTS « TOTALEMENT D'ACCORD / D'ACCORD » :



RÉSUMÉ II : PRESTATIONS DE CONSEIL DES GARAGISTES

1

MALGRÉ LA PROXIMITÉ PERSONNELLE AVEC LE GARAGISTE, DE NOMBREUX CLIENTS LE PERÇOIVENT SANS DÉMARCATIION

2

AIDEZ VOS CLIENTS À TROUVER LA VOITURE RÉPONDANT AU MIEUX À LEURS BESOINS !

3

LES PRESTATIONS SUPPLÉMENTAIRES ET LES VARIANTES D'ENTRAÎNEMENT NE SONT PAS ENCORE ASSEZ ÉVOQUÉES LORS DU CONSEIL



GÉNÉRATION Y & Z

10 À 39 ANS

TÉMOINS DE :
NUMÉRISATION
MONDIALISATION
BOOM DE L'INTERNET

CARACTÉRISTIQUES :
RECHERCHE L'ATTENTION
ENCOURAGE LA CONSULTATION
CARRIÈRE NON LINÉAIRE

GÉNÉRATION X

40 À 55 ANS

TÉMOINS DE :
LIBÉRALISATION
CRISE ÉCONOMIQUE / PÉTROLIÈRE
CHUTE DU MUR DE BERLIN

CARACTÉRISTIQUES :
INDIVIDUALISTE
PRAGMATIQUE
CARRIÈRE RECTILIGNE

ENFANTS DU BABY BOOM

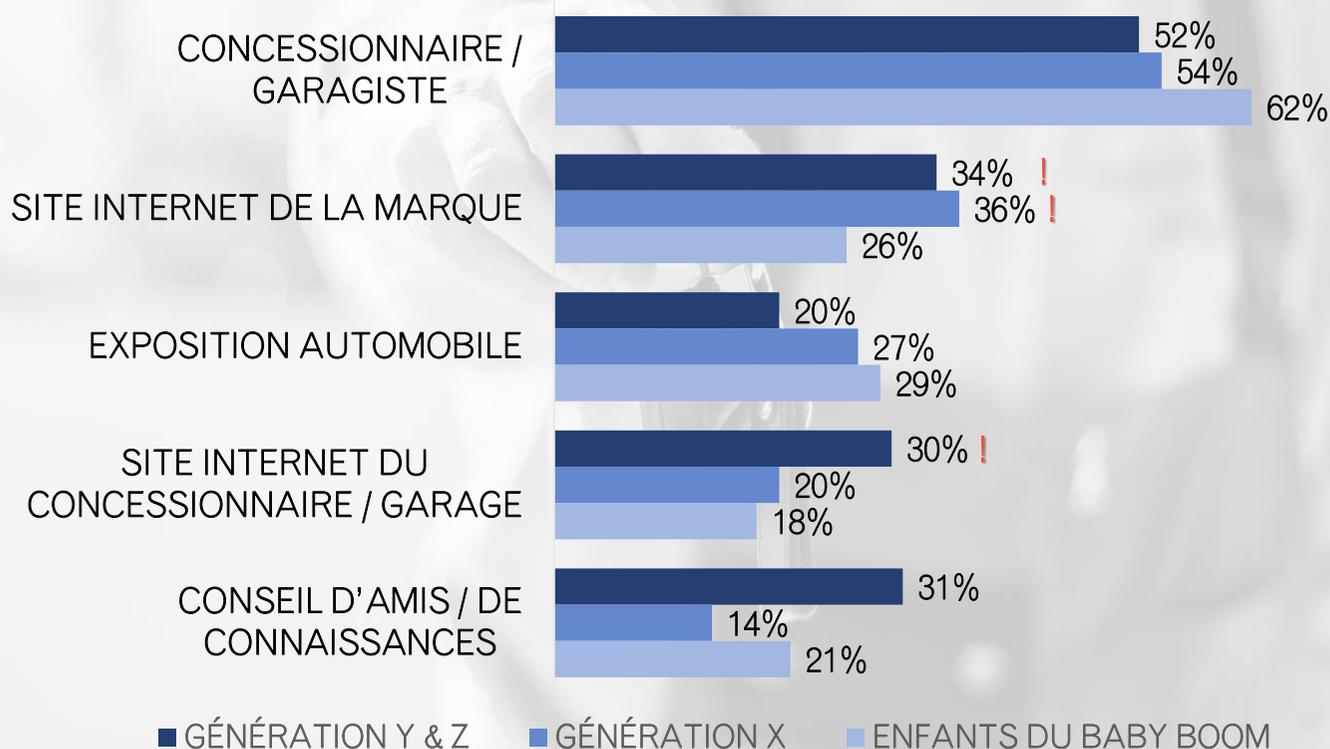
56 À 70 ANS

TÉMOINS DE :
APRÈS-GUERRE
REPRISE ÉCONOMIQUE

CARACTÉRISTIQUES :
ORIENTÉ SUR LE CLIENT
OPTIMISTE
AXÉ SUR LA PERFORMANCE,
LES OBJECTIFS
ET L'AVENIR

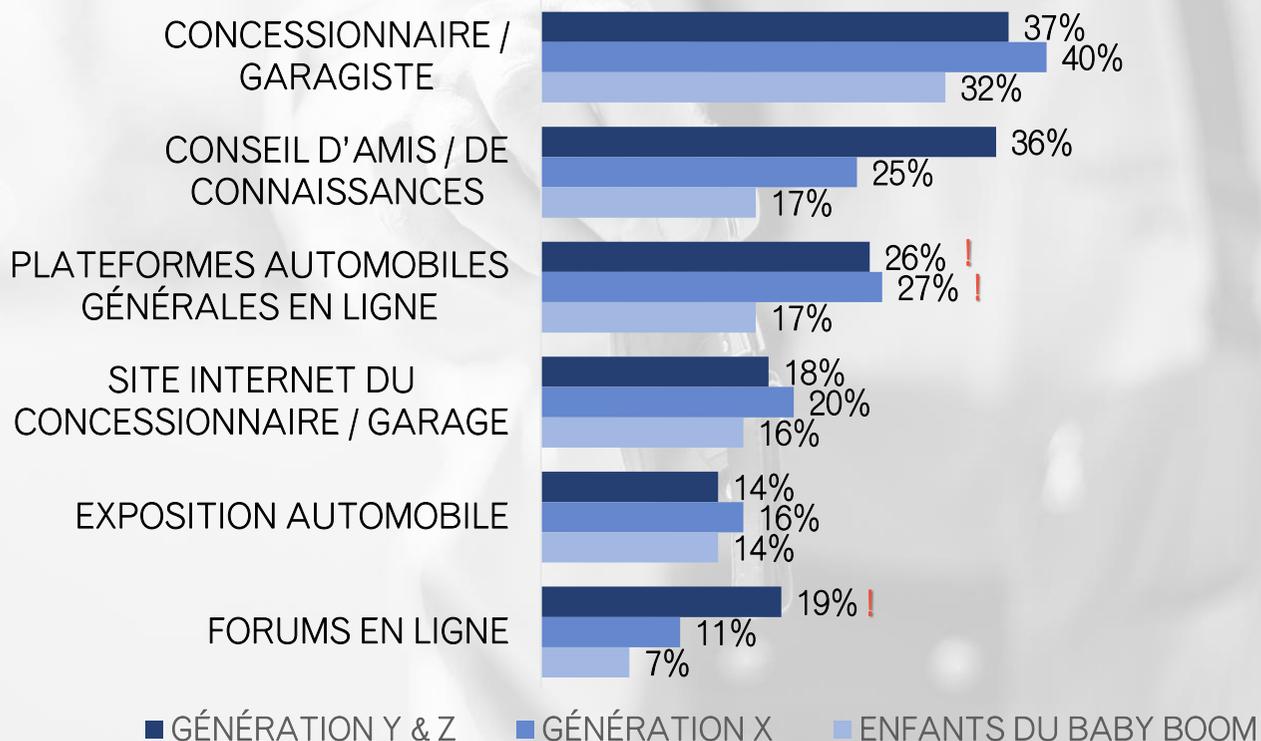
SOURCES D'INFORMATION POUR L'ACHAT DE VOITURES NEUVES

SOURCES SÉLECTIONNÉES :



SOURCES D'INFORMATION POUR L'ACHAT DE VOITURES D'OCCASION

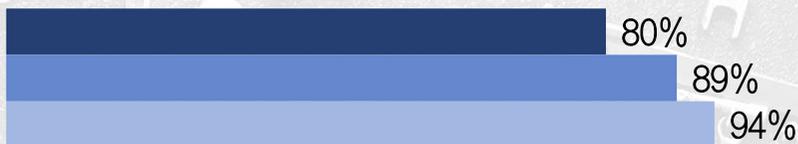
SOURCES SÉLECTIONNÉES :



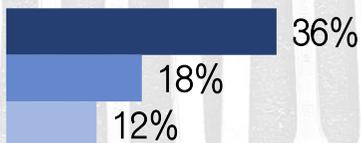
CANAUX D'INFORMATION POUR LES TRAVAUX DE SERVICE

SOURCES SÉLECTIONNÉES :

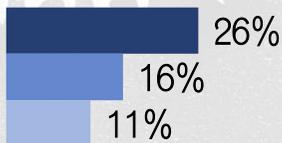
PARLE AVEC MON GARAGISTE



DEMANDE À DES AMIS /
CONNAISSANCES



INTERNET



■ GÉNÉRATION Y & Z

■ GÉNÉRATION X

■ ENFANTS DU BABY BOOM

UNE GÉNÉRATION AUX NOUVELLES PRIORITÉS
ENTRAÎNE DE NOUVEAUX DÉFIS...

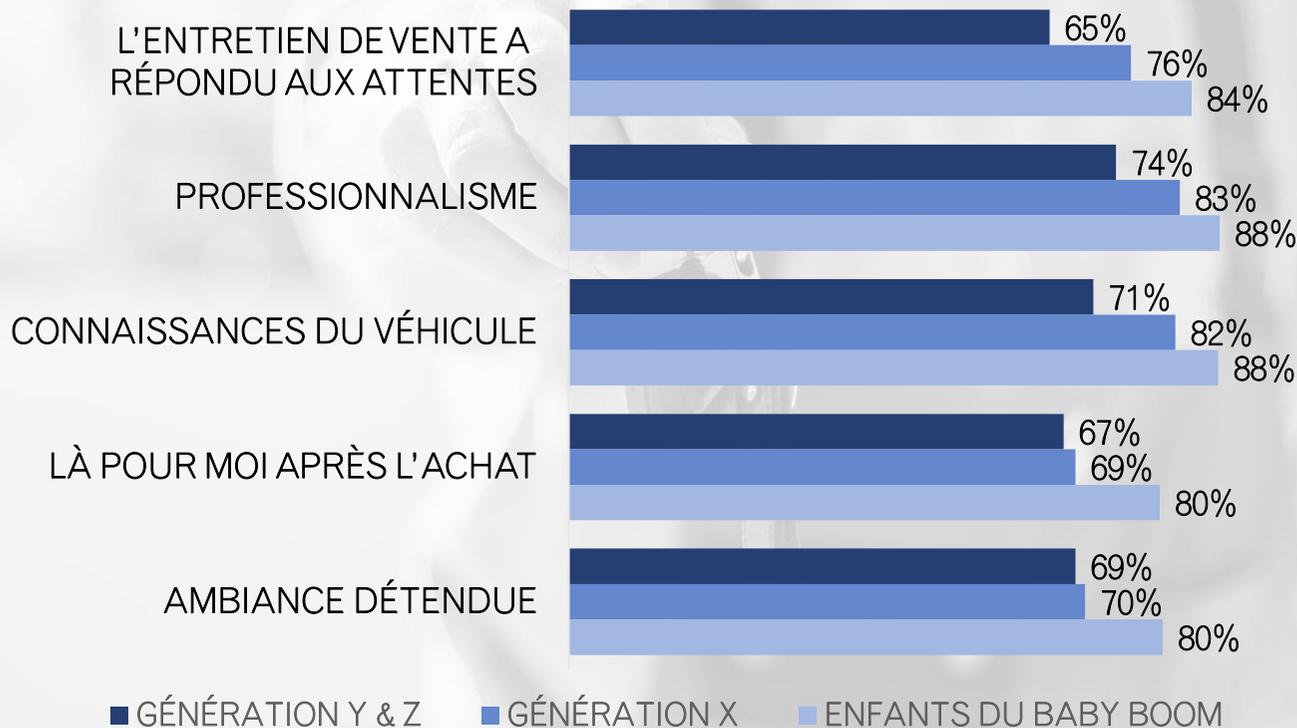


UNE GÉNÉRATION AUX NOUVELLES PRIORITÉS ENTRAÎNE DE NOUVEAUX DÉFIS...



QUALITÉ PERÇUE POUR LE CONSEIL

ÉVALUATION DU VENDEUR OU DE L'ENTRETIEN DE VENTE :

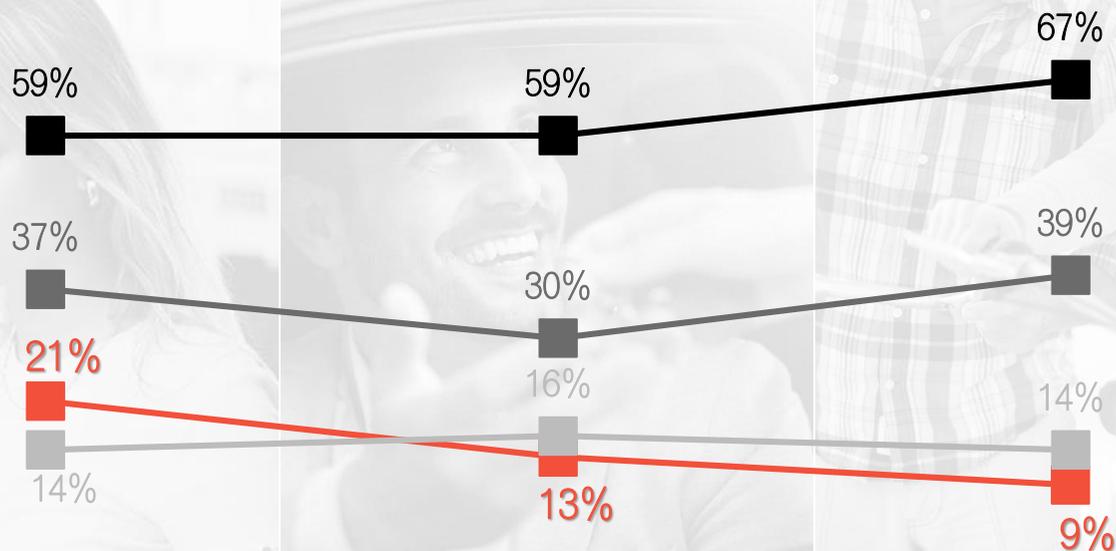


GÉNÉRATION Y & Z

GÉNÉRATION X

ENFANTS DU BABY BOOM

CAUSES PRINCIPALES POUR LESQUELLES DES CLIENTS SE DÉTOURNENT D'UN GARAGISTE :



- L'OFFRE N'A PAS RÉPONDU À MES ATTENTES
- LE VÉHICULE QUE JE DÉSIrais N'ÉTAIT PAS DISPONIBLE
- LE VENDEUR N'ÉTAIT PAS SYMPATHIQUE
- LE CONSEIL ÉTAIT MAUVAIS

GÉNÉRATION Y & Z

74 %



GÉNÉRATION X

84 %



ENFANTS DU BABY BOOM

93 %



SATISFACTION AVEC SON GARAGE PERSONNEL

COMMENT SE PRÉSENTE L'AVENIR DE L'AUTOMOBILE ET QUE FAIRE ?



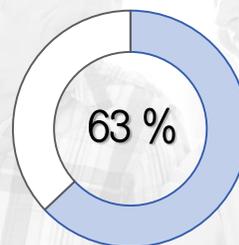
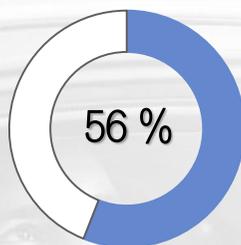
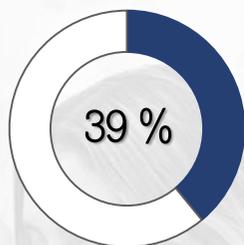
FANS DE L'AUTOMOBILE OU

OPPOSANTS À
L'AUTOMOBILE ?

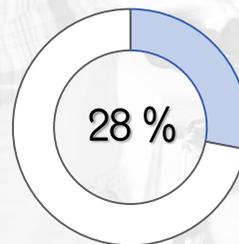
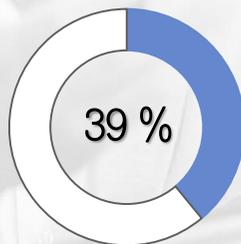
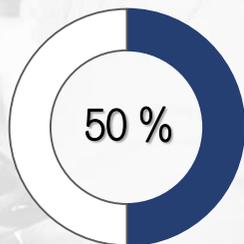
GÉNÉRATION Y & Z

GÉNÉRATION X

ENFANTS DU BABY BOOM



« LA VOITURE EST POUR MOI UN SIMPLE MOYEN DE LOCOMOTION »



« L'APPARENCE / L'ÉQUIPEMENT ÉTAIENT IMPORTANTS POUR MOI LORS DE L'ACHAT DE MA DERNIÈRE VOITURE NEUVE »

GÉNÉRATION Y & Z

GÉNÉRATION X

ENFANTS DU BABY BOOM

70%

60%

50%

40%

30%

20%

10%

0%

HISTORIQUE...

PRISE DE RENDEZ-VOUS EN LIGNE

INTERLOCUTEUR FIXE

POTENTIELS DE SERVICE DANS LE DOMAINE EN LIGNE ET HORS LIGNE

SAVEZ-VOUS

- ...Comment vous devez aborder des jeunes ?
- ...Quel est l'effet de votre présence en ligne ?
- ...Quels services vous proposerez en ligne demain ?

RÉSUMÉ III : PARTICULARITÉS FONCTION DES GÉNÉRATIONS

1

LA PROCHAINE GÉNÉRATION AFFICHE UNE FORTE AFFINITÉ AVEC L'AUTOMOBILE MAIS DOIT ÊTRE BIEN PRISE EN CHARGE PAR LE GARAGISTE AU POINT DE VENTE

2

LE CHANGEMENT DU COMPORTEMENT D'ACHAT ET D'INFORMATION NÉCESSITE UN NOUVEAU DÉMARCHAGE DU CLIENT ET DES IDÉES CRÉATRICES POUR LA FIDÉLISATION DE LA CLIENTÈLE