AAADATA

Parcours d’achat automobile

La data valorisée pour détecter les comportements des acheteurs et les profils clients

Vos enjeux stratégiques

Anticiper l'intention d’achat
Identifier les comportements des clients
Gagner en efficacité commerciale
Capter la cible et la fidéliser

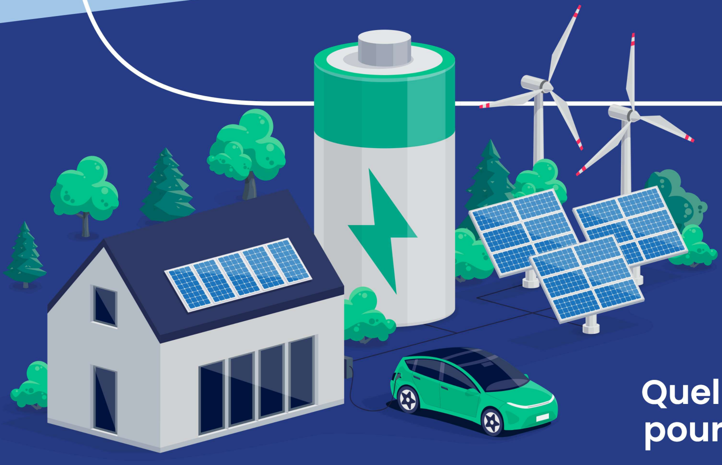
Le parcours d'achat des consommateurs

Modification des usages
Accélération de la digitalisation
Passage de la propriété à la non-propriété
Baisse du pouvoir d'achat
Montée du véhicule d'occasion

Un parcours d'achat fragmenté

1 Le choix du modèle et de la marque

- Multiplication des gammes et des modèles
- Embarquement de nouvelles technologies
- Montée en puissance du design et de la performance



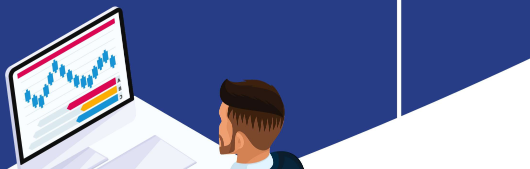
2 Quel type d'énergie pour son véhicule ?

- Emergence et évolution des nouvelles énergies
- Évolution incertaine des tarifs
- Normalisations et respect des critères environnementaux

⛽ Thermique

⚡ Electrique

🔄 Hybride



3 Vers quel types de financement ?

- Evolution des moyens de financement
- Variation des taux d'intérêt
- Développement du "service complet" : entretien et réparation intégrés au financement

LCD
Location Courte Durée

Crédit

LOA
Location avec Option d'Achat

LLD
Location Longue Durée

LCB
Location Crédit Bail

4 La revente

Achat neuf ou occasion ?
Vers quelle marque ? modèle ?

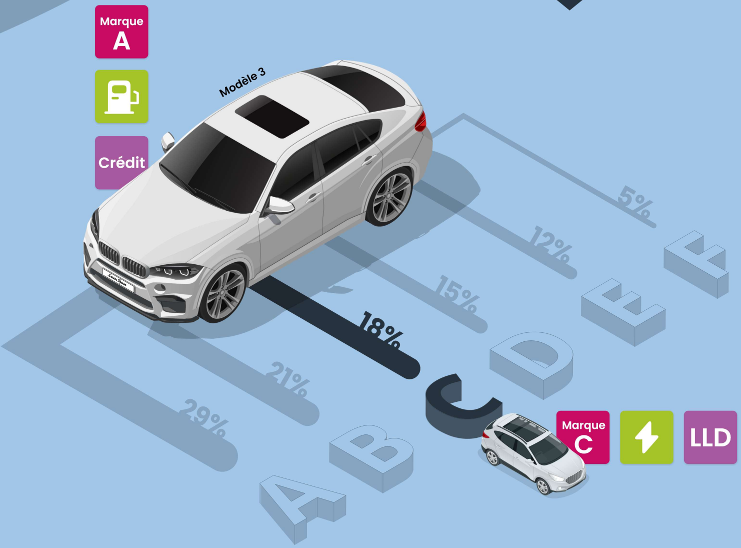
Le saviez-vous ?

44% des propriétaires de voitures ne sont pas fidèles à leur marque de voiture

- ✓ Mutation du marché
- ✓ Evolution de l'usage de l'automobile
- ✓ Relation à la maque volatile
- ✓ Variation globale du mode de consommation

44%

Source données AAAData



Plus concrètement, grâce à la data, vous pourriez savoir que ...

Les clients détenteurs d’un Modèle 3, de Marque A avec une énergie thermique et crédit classique se tournent dans 18% des cas vers un achat de la Marque C avec une énergie électrique et un financement en LLD.

D’où viennent mes clients et où partent-ils ?

Avec l’étude du parcours d’achat automobile de vos clients, vous disposez d’informations essentielles pour améliorer la connaissance client et accroître l’efficacité de vos actions commerciales.

Découvrir la data intelligente

En connaissant le comportement de vos clients, vous optimisez le ciblage et augmentez la performance commerciale (la bonne offre, à la bonne personne et au bon moment).

> *Une source d’informations précieuse pour gagner en efficacité commerciale.*

Des tableaux de bords et des données exclusives en ligne

- ✓ Mesure du taux de fidélisation et de conquête à la marque et au modèle
- ✓ Provenance et destination des clients
- ✓ Repérage des profils acheteurs
- ✓ Tri par nature de l’achat précédent, zone géographique, type de financement …
- ✓ Identification de la montée ou baisse en gamme
- ✓ Une vision sur la concurrence

AAADATA

Trusted data, useful innovation