



PARTENAIRE

Développez votre activité Carré Expert Auto

Accompagnement des cabinets partenaires - Mai 2014

Introduction

- ▶ Le présent document vous propose un état des lieux de l'environnement du véhicule d'occasion : les chiffres du marché, le profil des acheteurs particuliers, les concurrents, les professionnels avec lesquels vous allez développer votre activité Carré Expert Auto...
- ▶ C'est également un commencement de boîte à outils qui se complètera au fil du temps et des expériences. En fonction de vos besoins, des fiches pratiques vous seront proposées pour vous aider à lancer et développer vos opérations.
- ▶ L'objectif est de vous imprégner du terrain et du marché, de vous aider à mettre en place votre organisation et vos actions, de vous permettre d'affiner et d'adapter les opérations de prospection à votre marché local.
- ▶ Pour faciliter la lecture de toutes ces informations, nous avons scindé ce document en plusieurs parties que nous vous enverrons chaque semaine afin de vous donner le temps de bien les assimiler. Vous pouvez également, si vous le souhaitez, recevoir d'ores et déjà l'intégralité. Il vous suffit d'en faire la demande à :

Isabelle Briand
Chargée de développement
contact@carre-expert-auto.org
Tél.: 01 84 82 60 10

A noter : De nombreux liens internet figurent dans les documents en rouge.
Pour les ouvrir > faites un clic droit avec la souris > ouvrir le lien hypertexte

Développez votre activité Carré Expert Auto

1	Les chiffres du marché VO/particuliers	4	5	Les concurrents	34
	Ventilation des ventes VO/région/département	5-6		BCA et Experveo	35-36-37
	Le profil de l'acheteur VO	7		Le label Experticar	38-39
	2 grands types de besoins	8		Certi-Car	40-41
	Indices sur le profil des acheteurs	9-12		Aidaveo	42
	Le profil des acheteurs femmes	13	Alavo	43	
2	Comment aborder vos prospects ?	14	6	Les chiffres du marché du VO/pro	44
	Attirer, comprendre	15		Les Professionnels / Grands comptes	45
	Ecoutez vos prospects	16		Centres de contrôle.	46
	Préparez vos arguments	17		Loueurs LLD	47
	Quelques exemples d'arguments	18		Flottes d'entreprises	48
	Articles parus sur Carré Expert Auto	19-20	Ventes aux enchères	49	
3	Définissez votre plan d'action	21	Mandataires et négociants	50	
	Votre plan d'action dans les grandes lignes	22	Agences automobiles	51	
	Communiquez autour de vous	23	Concessionnaires et agents	52	
	Transformez vos outils de gestion.	24	Plus de 30 labels constructeurs	53	
	Actions : mailing, journée portes ouvertes	25	Les labels occasion indépendants.	54	
	Actions : phoning, enquête-questionnaire	26	MRA (canal indépendant)	55-56	
	Actions : où distribuer vos documents	27-28	Articles de presse sur le VO	57	
	Constituez vos propres fichiers	29	Contact	58	
4	Sur quels supports communiquer	30			
	Communication locale réseau pro	31			
	Communication locale presse régionale (PQR)	32			
	Les sites web de la PQR	33			



Les chiffres du marché du VO 2013

- ▶ **5,317 millions de VO vendus en France**, un volume 3 fois supérieur à celui des véhicules neufs.
 - VO de 5 ans et plus : 65,2% des ventes.
 - VO de 1 à 5 ans : 27 %
 - VO de moins de 1 an : 8 %
(estimation de l'Observatoire de Cetelem, nov. 2013)
- ▶ **67% de ces ventes sont réalisées par des particuliers soit 3,5 millions de VO**
- ▶ **33% de ces ventes par des professionnels** (ce dernier chiffre descendrait à 31,5%) soit 1,8 million de VO surtout âgés de moins de 5 ans.
 - Concessionnaires et filiales : 850 000 VO
 - Agents : 450 000
 - MRA : 270 000
 - Négociants et réseaux : 230 000
(Chiffres salon Equip'Auto 2013)

Ventilation des ventes VO par région en 2012

▶ Le nombre de transactions de VO ventilé par région et département

- Sur ce tableau vous visualisez en colonne 2 le nombre de transactions VO ventilées par région et département, effectuées en 2012 par rapport à 2011 (le tableau continue page suivante).
- En colonne 3 vous voyez la part en % que représente la région et le département par rapport au total national des VO en 2012 qui est de 5,364 millions de véhicules.
- Nous n'avons pas les données de 2013 mais ceci vous permet d'avoir un ordre de grandeur du potentiel de VO dans votre département.

A noter :

- Selon les résultats (avril 2014) d'une étude Nielsen menée mondialement sur les intentions d'achat auto, 25% des français prévoient d'acheter un VO d'ici 2016. Lire l'article <http://www.decisionatelier.com/25-des-automobilistes-prevoient-d-acheter-une-voiture-d-occasion-d,5649>

Région et département	12 mois 2012	Part (%)	Écart 12/11 (%)	Décembre 2012	Part (%)	Écart 12/11 (%)
ÎLE-DE-FRANCE	739626	13,8	- 1,4	55228	14,3	- 11,7
77.Seine-et-Marne	111448	2,1	- 0,8	8300	2,2	- 12,9
78.Yvelines	104031	1,9	- 1,6	8038	2,1	- 9,6
93.Seine-Saint-Denis	101387	1,9	+ 0,9	7382	1,9	- 12,8
91.Essonnes	96684	1,8	- 0,2	7215	1,9	- 11,7
95.Val-d'Oise	94683	1,8	- 1,8	6932	1,8	- 12,9
92.Hauts-de-Seine	81352	1,5	- 1,6	6221	1,6	- 8,7
94.Val-de-Marne	80950	1,5	- 1,5	6067	1,6	- 9,7
75.Paris	69091	1,3	- 5,7	5073	1,3	- 15,5
RHÔNE-ALPES	563654	10,5	+ 0,1	38877	10,1	- 13,7
69.Rhône	139297	2,6	+ 0,8	10276	2,7	- 9,7
38.Isère	107095	2	- 1,3	7304	1,9	- 16,1
74.Haute-Savoie	76062	1,4	+ 1,7	5072	1,3	- 14,4
42.Loire	69380	1,3	- 0,4	4714	1,2	- 15,6
01.Ain	58361	1,1	- 0,5	3979	1	- 13,4
26.Drôme	46635	0,9	- 0,3	3151	0,8	- 15,9
73.Savoie	37608	0,7	+ 0,8	2460	0,6	- 11,3
07.Ardèche	29216	0,5	+ 1,1	1921	0,5	- 17,9
PACA	437350	8,2	+ 0,5	32252	8,4	- 12,8
13.Bouches-du-Rhône	162871	3	- 1,6	12036	3,1	- 11,7
83.Var	101599	1,9	+ 6,4	7660	2	- 16,5
06.Alpes-Maritimes	90205	1,7	- 0,1	6671	1,7	- 12,6
84.Vaucluse	54391	1	- 1,5	3628	0,9	- 14,6
04.Alpes-de-Haute-Provence	15636	0,3	- 1,4	1336	0,3	+ 3,7
05.Hautes-Alpes	12648	0,2	+ 1	921	0,2	- 7,9
NORD-PAS-DE-CALAIS	343929	6,4	+ 0,4	23883	6,2	- 14,7
59.Nord	219954	4,1	- 0,3	15348	4	- 15,4
62.Pas-de-Calais	123975	2,3	+ 1,7	8535	2,2	- 13,5
PAYS DE LA LOIRE	323427	6	- 1,7	26844	7	- 10,7
44.Loire-Atlantique	116551	2,2	- 1	10193	2,6	- 2,7
49.Main-et-Loire	70496	1,3	- 2,3	5702	1,5	- 11,1
85.Vendée	61672	1,1	- 1,5	4858	1,3	- 16,3
72.Sarthe	48356	0,9	- 3,5	3866	1	- 22,6
53.Mayenne	26352	0,5	+ 0,1	2225	0,6	- 6,4
AQUITAINE	317468	5,9	+ 1,2	23378	6,1	- 10,4
33.Gironde	143610	2,7	+ 1,9	10710	2,8	- 7,9
64.Pyrénées-Atlantiques	60192	1,1	+ 0,1	4402	1,1	- 14,8
24.Dordogne	40399	0,8	- 0,1	2784	0,7	- 15,9
40.Landes	40310	0,8	+ 2,5	3030	0,8	- 7,6
47.Lot-et-Garonne	32957	0,6	=	2452	0,6	- 9,3

Ventilation des ventes VO par région en 2012

Région et département	12 mois 2012	Part (%)	Écart 12/11(%)	Décembre 2012	Part (%)	Écart 12/11(%)
MIDI-PYRÉNÉES	274337	5,1	- 0,8	20274	5,3	- 12,1
31.Haute-Garonne	114247	2,1	- 1,3	8466	2,2	- 13,2
81.Tarn	36330	0,7	+ 0,4	2601	0,7	- 13,3
82.Tarn-et-Garonne	26135	0,5	- 1,5	1936	0,5	- 14,3
12.Aveyron	24880	0,5	- 1,6	1806	0,5	- 13,5
65.Hautes-Pyrénées	21690	0,4	- 0,2	1659	0,4	- 4,2
32.Gers	19101	0,4	+ 2,5	1442	0,4	- 4
46.Lot	16969	0,3	- 1,4	1288	0,3	- 11,7
09.Ariège	14985	0,3	- 2,2	1076	0,3	- 15,6
BRETAGNE	254084	4,7	- 3,8	18038	4,7	- 25,4
35.Ille-et-Vilaine	78712	1,5	- 3,3	5671	1,5	- 27,8
29.Finistère	69168	1,3	- 3,9	4783	1,2	- 24,9
56.Morbihan	59163	1,1	- 4,3	4189	1,1	- 24,4
22.Côtes-d'Armor	47041	0,9	- 3,8	3395	0,9	- 23,2
LANGUEDOC-ROUSSILLON	250829	4,7	- 1,7	17281	4,5	- 18,3
34.Hérault	97721	1,8	- 2,2	6882	1,8	- 20,9
30.Gard	70363	1,3	- 1,5	4955	1,3	- 12,7
66.Pyrénées-Orientales	41452	0,8	- 1,9	2611	0,7	- 24,3
11.Aude	34556	0,6	- 0,6	2375	0,6	- 15,5
48.Lozière	6737	0,1	+ 0,1	458	0,1	- 13,9
CENTRE	234659	4,4	- 3,5	17686	4,6	- 15,3
45.Loiret	60084	1,1	- 5,9	4702	1,2	- 15,9
37.Indre-et-Loire	53207	1	- 0,5	3990	1	- 12,2
28.Eure-et-Loir	40238	0,8	- 3,5	2968	0,8	- 16,8
41.Loire-et-Cher	31483	0,6	- 4,4	2298	0,6	- 19,2
18.Cher	28897	0,5	- 2,8	2081	0,5	- 14,2
36.Indre	20750	0,4	- 3,4	1647	0,4	- 14
LOIRRAINE	214434	4	- 3,3	13785	3,6	- 16,8
57.Moselle	97779	1,8	- 4,2	6115	1,6	- 18,4
54.Meurthe-et-Moselle	64509	1,2	- 1,5	4212	1,1	- 15,1
88.Vosges	34808	0,6	- 4,1	2290	0,6	- 15,1
55.Meuse	17338	0,3	- 2,7	1168	0,3	- 17,8
PICARDIE	183111	3,4	- 1,5	13153	3,4	- 12,3
60.Oise	80762	1,5	- 2,1	5551	1,4	- 16,4
80.Somme	53494	1	+ 0,6	4081	1,1	- 4,8
02.Aisne	48855	0,9	- 2,7	3521	0,9	- 13,5

Région et département	12 mois 2012	Part (%)	Écart 12/11(%)	Décembre 2012	Part (%)	Écart 12/11(%)
HAUTE-NORMANDIE	170492	3,2	- 3,9	12463	3,2	- 14,5
76.Seine-Maritime	111630	2,1	- 3,1	8240	2,1	- 13,1
27.Eure	58862	1,1	- 5,4	4223	1,1	- 17,1
POITOU-CHARENTES	170474	3,2	+ 0,1	11419	3	- 16
17.Charente-Maritime	60916	1,1	+ 1	4166	1,1	- 13,3
86.Vienne	39537	0,7	+ 0,6	2442	0,6	- 21,5
16.Charente	35405	0,7	- 0,6	2471	0,6	- 12,6
79.Deux-Sèvres	34616	0,6	- 1,4	2340	0,6	- 17,7
ALSACE	160492	3	- 1,8	11091	2,9	- 15,7
67.Bas-Rhin	91650	1,7	- 2,1	6241	1,6	- 17,5
68.Haut-Rhin	68842	1,3	- 1,4	4850	1,3	- 13,3
BOURGOGNE	142870	2,7	- 2,7	9821	2,5	- 18,4
71.Saône-et-Loire	49555	0,9	- 2,2	3554	0,9	- 15,6
21.Côte-d'Or	43941	0,8	- 3,4	2864	0,7	- 23
89.Yonne	31662	0,6	- 1,3	2245	0,6	- 14,2
58.Nièvre	17712	0,3	- 4,6	1158	0,3	- 22,4
BASSE-NORMANDIE	133387	2,5	- 4,3	9180	2,4	- 30,8
14.Calvados	60796	1,1	- 3,5	4185	1,1	- 34,3
50.Manche	46343	0,9	- 4,5	3107	0,8	- 31,2
61.Orne	26248	0,5	- 5,8	1888	0,5	- 20,7
AUVERGNE	126336	2,4	- 0,3	8973	2,3	- 13
63.Puy-de-Dôme	60609	1,1	- 1	4410	1,1	- 12,2
03.Allier	31683	0,6	+ 1,3	2254	0,6	- 10,3
43.Haute-Loire	21197	0,4	=	1433	0,4	- 17,1
15.Cantal	12847	0,2	- 0,8	876	0,2	- 16,7
CHAMPAGNE-ARDEENNE	117985	2,2	- 1,9	8108	2,1	- 15,4
51.Marne	48026	0,9	- 1,5	3363	0,9	- 15,1
10.Aube	27345	0,5	- 2	1904	0,5	- 13,9
08.Ardennes	25279	0,5	- 3	1703	0,4	- 17,7
52.Haute-Marne	17335	0,3	- 1	1138	0,3	- 15,1
FRANCHE-COMTÉ	107073	2	- 8,1	6577	1,7	- 27,9
25.Doubs	45218	0,8	- 15,1	2644	0,7	- 35,9
39.Jura	25650	0,5	+ 0,6	1662	0,4	- 19,1
70.Haute-Saône	23030	0,4	- 4,1	1471	0,4	- 21,3
90.Territoire de Belfort	13175	0,2	- 4	800	0,2	- 25,2
LIMOUSIN	67624	1,3	- 3,2	4714	1,2	- 19,4
87.Haute-Vienne	33880	0,6	- 3,5	2280	0,6	- 21,4
19.Corrèze	22822	0,4	- 3,4	1675	0,4	- 16,9
23.Creuse	10922	0,2	- 1,6	759	0,2	- 18,9
CORSE	30558	0,6	+ 0,1	2164	0,6	- 10
28.Haute-Corse	16182	0,3	- 0,3	1146	0,3	- 8,5
2A.Corse-du-Sud	14376	0,3	+ 0,4	1018	0,3	- 11,7
Total France	5364199	100	- 1,4	385189	100	- 15,1



PARTENAIRE

Le profil de l'acheteur d'un véhicule d'occasion



Le profil de l'acheteur VO

Pourquoi un VO ?

▶ L'achat de VO répond à deux grands types de besoins :

- **Voiture de complément pour les uns**
 - ▶ « Nos occasions sont souvent les **deuxièmes ou troisièmes véhicules d'un foyer**, remarque Gilbert Kingold Directeur Marketing de Suzuki France. La voiture familiale est neuve, la deuxième, celle de l'épouse, une occasion la plupart du temps. Le troisième véhicule correspond au premier achat d'un jeune adulte qui vit encore chez ses parents. »
- **Achat économique pour les autres**
 - ▶ Seconde configuration : les **foyers qui n'ont pas les moyens de monter en gamme** avec du neuf se tournent vers l'occasion. Ils peuvent ainsi s'offrir un véhicule plus spacieux, disposant d'un label et d'un financement ad hoc.

A noter :

- La place de l'automobile au sein de notre société change. Elle est davantage achetée dans un but utilitaire, de moins en moins pour l'image qu'elle renvoie de soi. Ce qui profite à la fois aux véhicules neufs bon marché et au marché de l'occasion.
- Les ménages doivent faire des arbitrages, ils ont moins d'argent disponible pour leur voiture. « Pour 82% des Français, le prix d'achat est le critère numéro un au moment de renouveler son véhicule » indique une étude de l'Observatoire Cetelem de 2012.
- « Un véhicule sur deux est à moins de 10 000 €. Sur 200 000 annonces publiées sur le site d'annonces AutoScout24, celui-ci observe que 53% des recherches sont majoritairement sur des véhicules de plus de 5 ans et pour un tarif inférieur à 10 000 €. En tenant compte des véhicules haut de gamme, le prix moyen toutes catégories confondues se situe aux alentours de 16 028 €, en baisse de 2,5% en 2013». (lire l'article : « <http://www.leparisien.fr/automobile/automobile-les-prix-des-vehicules-d-occasion-orientes-a-la-baisse-20-02-2014-3608865.php> »)

Indices sur le profil des acheteurs – 1/4

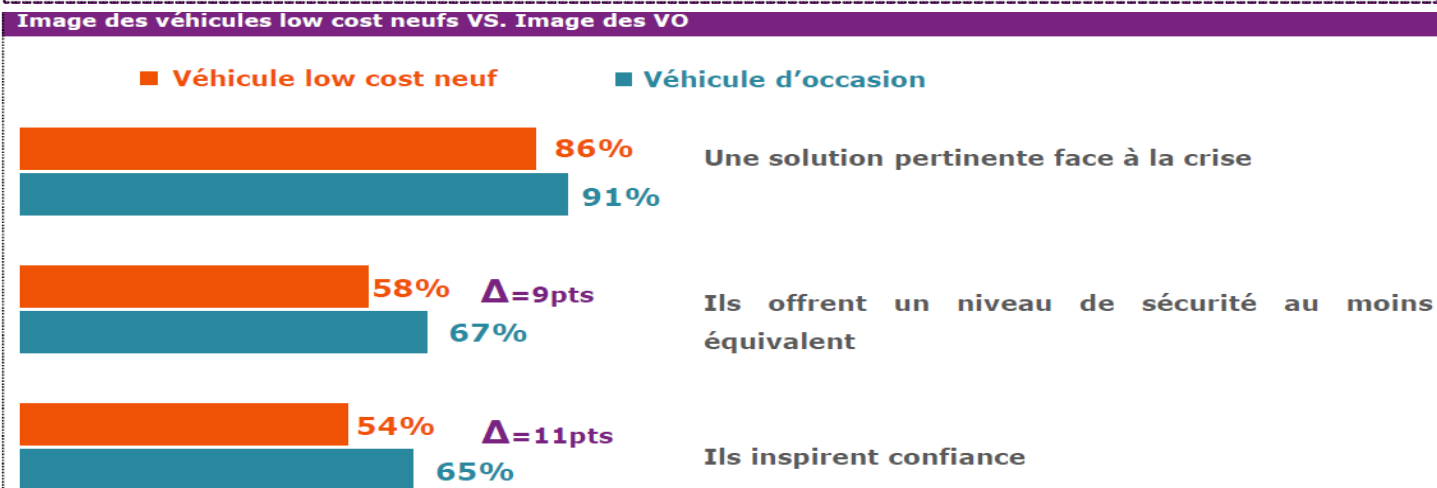
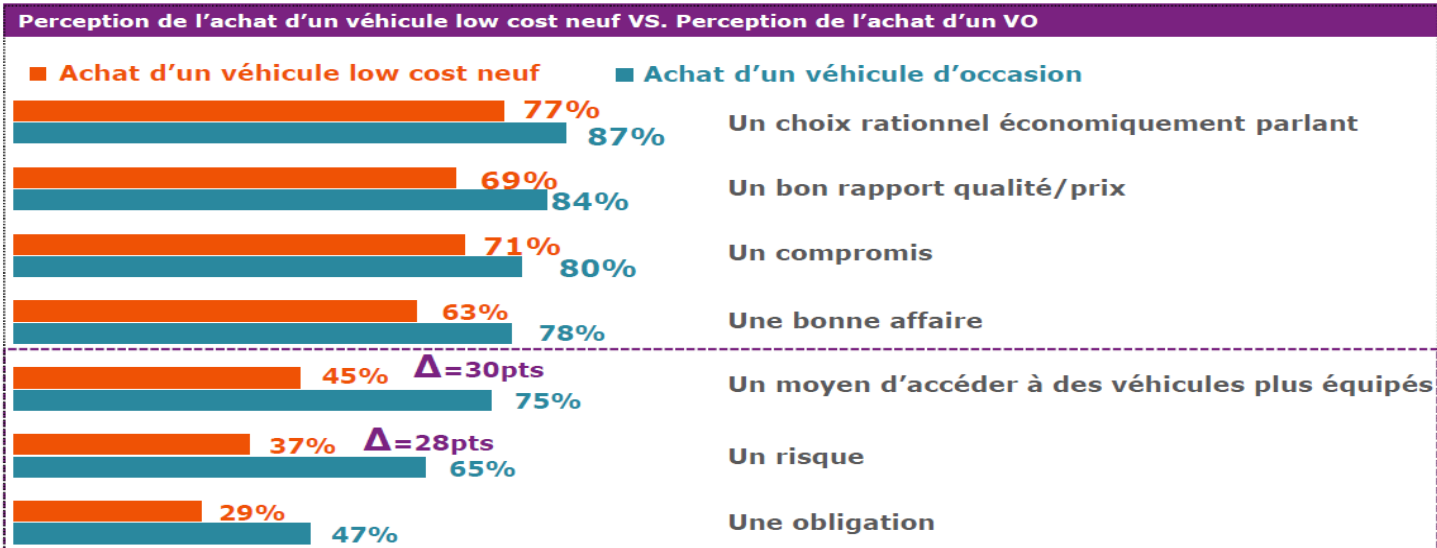
- ▶ **Etude TNS Sofres Baromètre « Les Français & l'automobile » Vague 4 pour AramisAuto** menée sur 1000 personnes de 18 ans et + du 26/04 au 30/04/2013

<http://www.tns-sofres.com/etudes-et-points-de-vue/les-francais-et-lautomobile-mai-2013>

- Pour un prochain achat de véhicule, la voiture d'occasion est considérée comme l'option la plus probable par près de la moitié des Français.
- L'achat d'un VO est davantage perçu comme un moyen d'acquérir un véhicule plus équipé. Il est aussi davantage associé à une prise de risque et une obligation que l'achat d'un véhicule neuf.
- Les VO bénéficient d'une meilleure image que les véhicules low cost : ils inspirent plus confiance et leur niveau de sécurité perçu est plus élevé.
- Il existe un fort clivage entre le VN et le VO quant à la perception de l'achat de véhicules d'occasion: alors que les possesseurs de VO rationalisent fortement leur choix, l'achat d'un VO est davantage perçu comme un risque par les possesseurs VN (76% vs. 58%).
- Même observation au sujet de l'image des véhicules d'occasion: les possesseurs de VO en ont une image nettement meilleure que les possesseurs VN.

Le profil de l'acheteur VO

Indices sur le profil des acheteurs – 2/4



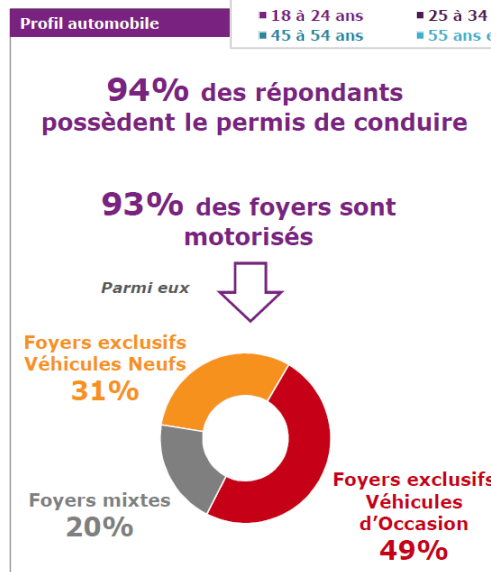
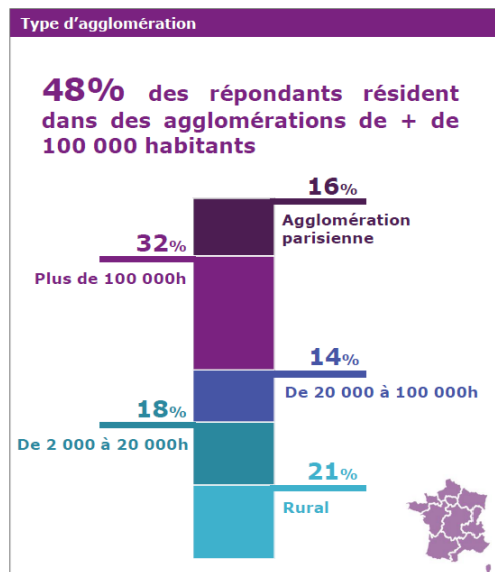
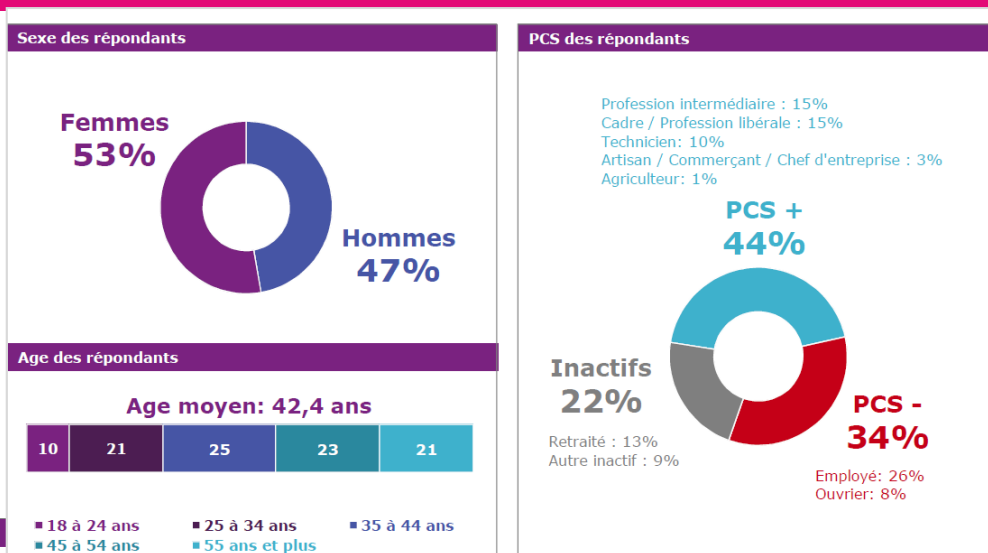
Indices sur le profil des acheteurs – 3/4

- **67%** (plus de 2/3 des automobilistes) déclarent avoir modifié leurs habitudes dans le but de **réduire les dépenses liées aux déplacements** en voiture afin de faire des économies.
- Les Français enclins sont enclins à faire des sacrifices sur :
 - ▶ **61%** sur la **marque et l'équipement** (navigation, système audio...) de la voiture,
 - ▶ **58%** sur le confort (climatisation, réglages des sièges...),
 - ▶ **52%** sur la couleur de la carrosserie,
 - ▶ **50%** sur la motorisation,
 - ▶ **6%** ne feraient aucun sacrifice.
- Pour l'achat d'une voiture d'occasion, **le kilométrage l'emporte sur l'âge du véhicule** en termes d'arbitrage :
 - ▶ **57%** des français (6 sur 10) opteraient pour un véhicule plus âgé avec moins de kilomètres
 - ▶ **43%** plutôt une voiture d'occasion plus récente avec plus de kilomètres.
- Dans ce contexte économique difficile, la **phase d'achat** d'un véhicule est perçue à parts égales :
 - ▶ **62%** comme une source de **stress** et comme un **plaisir**,
 - ▶ **59%** comme une **démarche compliquée**,
 - ▶ **44%** comme une source de **frustration**.

Indices sur le profil des acheteurs – 4/4

Profil des répondants du baromètre

Echantillon de 1000 personnes de 18 ans et +



Le profil des acheteurs femmes

- ▶ **Enquête en date de septembre 2012 faite par le site Aufeminin.com en Europe (échantillon de 3 300 femmes dont 1 102 en France).**

Il s'agit d'achat de véhicule neuf. Le comportement d'achat d'un VO peut être plus ou moins similaire. En France, **presque un conducteur sur deux est une femme.**

- **46% des femmes achètent leur voiture seule.** Et parmi toutes celles qui ont acheté leur voiture en couple, seulement 5% regrettent que leur avis n'ait pas été pris en compte... La femme devient un interlocuteur aussi privilégié que l'homme dans les campagnes de publicité ou d'information.
- **70% de ces femmes préfèrent s'informer sur Internet** (sites de marques, sites généralistes, experts...) au lieu de demander à leurs amis, pères ou époux. Et 83% d'entre elles déclarent trouver sur Internet toutes les infos nécessaires sur les options (GPS, toit ouvrant...).
- **Des acheteuses attirées par le « made in France »** : à la question quelle est la marque de votre véhicule principal ? le trio gagnant est tricolore : Renault (22%), Peugeot (17%) et Citroën (12%).
- **Le choix des femmes se tourne vers le fonctionnel et le solide**
Par peur du problème mécanique et de la panne ? Sans doute, car elles sont de plus en plus nombreuses à prendre le volant seules. 22% conduisent seules 7 jours sur 7 et 46% très régulièrement.
Les femmes ne fonctionnent pas au coup de cœur mais au porte monnaie : le prix étant le premier critère qui influence leur achat (98% des sondées), puis la sécurité (94%), la consommation (93%), le design (87%).
La puissance, les équipements et la marque sont moins importants dans leur décision.
Néanmoins 42% des répondantes françaises envisagent l'achat d'une voiture hybride.
- **Qu'est-ce qu'achètent les femmes ? 44% d'entre elles pensent qu'une citadine est idéale.**
Car pour elle, la **voiture est avant tout utilitaire** : pour aller au travail ou faire des courses.

Comment aborder vos prospects ?

Comment aborder vos prospects ?

- ▶ **AIDA** : attirer l'**A**ttention, susciter l'**I**ntérêt, provoquer le **D**ésir, inciter à l'**A**ction
 - Pour démarrer, il faut aller chercher le prospect. Pour cela des actions concrètes sont à mettre en œuvre. Les retours sont souvent très faibles et c'est normal. L'important ensuite est le taux de transformation en client.
 - Pour attirer, il faut agir, aller vers le client. **Le questionner, lui parler de lui, de ses besoins, l'écouter**, lui dire ce que vous faites, vos compétences et vos services, ce que vous pouvez lui apporter. C'est un dialogue, une mise en confiance pour donner envie de découvrir votre produit, lui démontrer en quoi vous allez lui faciliter la vie. D'autant que naturellement le besoin existe. On a tous demandé à un ami connaisseur en voiture de nous conseiller (pas vous experts mais nous incultes dans le domaine).
 - A vous d'argumenter positivement. Vous allez « vendre » votre service, votre technicité, votre compétence mais de manière pédagogique, en tenant compte de ce que vous dit votre client potentiel, en lui expliquant non pas une liste de fonctionnalités mais concrètement les **bénéfices que le service Carré Expert Auto va lui apporter**.
 - Il est important de **comprendre qui vous avez en face de vous ou au téléphone**, dans quel état d'esprit est le particulier qui va acheter (ou vendre) un véhicule d'occasion, capter ses centres d'intérêts pour adapter le contenu de votre discours, pour le rassurer, l'accompagner, le conseiller, l'aider et lui proposer une expertise Carré Expert Auto.

Écoutez vos prospects pour apporter une réponse adaptée au besoin

▶ **Sondez vos prospects et posez des questions ouvertes**

- la formation aux techniques commerciales proposée par IFOR2A vous aidera à valoriser et organiser vos arguments et vous mettre à l'écoute du client potentiel.
 - ▶ Sonder les besoins et motivations du prospect (selon sa situation en cours ou à venir : acheteur ou vendeur)
 - ▶ Présenter l'avantage de votre solution en relation avec ses besoins.
 - ▶ Prouvez votre avantage avec des caractéristiques techniques, des faits, des preuves et des chiffres...
- Quelques exemples de questions ouvertes (avec lesquelles on ne peut pas répondre par oui ou par non et ne pas fermer la discussion) : **Qui, quoi, quand, où, comment, depuis, quel, lequel, avec...**
 - ▶ **Quelles** sont vos attentes, vos besoins ?
 - ▶ **Comment** avez-vous eu connaissance de ce service (si appel entrant) ?
 - ▶ **Que** connaissez-vous de cette prestation ?
 - ▶ **Pourquoi** labelliser votre véhicule vous paraît important ?
 - ▶ **Quels** sont vos impératifs ?
 - ▶ **Où** en êtes-vous de votre projet d'achat / vente de votre véhicule d'occasion
 - ▶ **Quel** véhicule avez-vous actuellement ?


Préparez vos arguments pour savoir convaincre, selon le profil de votre interlocuteur

▶ Vos arguments avec la méthode SONCAS :

- La formation aux techniques commerciales proposée par IFOR2A vous aidera à valoriser et organiser vos arguments. L'important est de vous mettre à l'écoute du client pour savoir qui il est, cerner ses motivations, et avec quels leviers il fonctionne. Cette méthode SONCAS repose sur 6 principales motivations d'achat (qui fonctionnent en BtoB comme en BtoC).
 - ▶ **Sécurité** : C'est le besoin du client d'être rassuré dans son choix par la qualité du produit ou de l'entreprise qui lui vend, de sa conformité aux normes légales ou que ce produit correspond à ses besoins.
 - ▶ **Orgueil** : C'est l'image de lui même que le client va avoir en faisant l'acquisition de votre produit. Si il est valorisant, fait des envieux,...
 - ▶ **Nouveauté** : C'est le besoin d'innovation, de trouver des solutions nouvelles, d'avoir un produit moderne.
 - ▶ **Confort** : C'est la facilité d'utilisation du produit, le fait qu'il puisse couvrir des contraintes plus grandes que prévues au départ.
 - ▶ **Argent** : C'est le prix payé pour le produit, le moins cher ou le meilleur rapport qualité/prix, il faut qu'il fasse une affaire.
 - ▶ **Sympathie** : C'est le rapport affectif du client par rapport au produit ou à son vendeur.

Comment aborder vos prospects ?

Quelques exemples d'arguments

SONCAS	RAPPEL BESOINS	CARACTERISTIQUES TECHNIQUES / AVANTAGES	PREUVES/ UTILISATIONS/ CHIFFRES/ FAITS
SECURITE	Besoin, sécurité, certitude, qualité, état objectivement	<ul style="list-style-type: none"> - Expert impartial, - expert diplômé national 5 ans après le bac sous la tutelle du ministère de l'intérieur, - Carré Expert Auto site de confiance, - véhicule labellisé 	<ul style="list-style-type: none"> - 100 points de contrôle, - Site où 100% des véhicules sont labellisés, - 100% de satisfaction, - Anea réseau national de + de 600 cabinets, - Crédibilité : l'expert fait de l'expertise collision toute l'année = n véhicules expertisés
ORGUEIL	Compte tenu qui vous êtes, quelqu'un comme vous a besoin d'un vrai expert, d'un spécialiste, d'une prestation haut de gamme. Je vois que vous aussi vous vous y connaissez....	<ul style="list-style-type: none"> - Aucun autre produit n'est équivalent, mise en valeur de son véhicule, différence par rapport aux autres, véhicule de prestige (flatter son orgueil, son sentiment d'être au-dessus par ses choix). - A ce client on peut proposer d'autres services, la mise en contact avec quelqu'un de sa connaissance pour le valoriser 	<ul style="list-style-type: none"> - L'Argus.fr le prouve dans son article du 25/04/2014 « Faire expertiser une voiture d'occasion : quelles sont les offres ? »
NOUVEAUTE	Besoin accompagnement personnalisé, produit innovant, expertise 2.0	<ul style="list-style-type: none"> - Produit sur-mesure, se démarquer, essai routier, service qui va révolutionner le marché de demain, - rapport numérique en ligne quasi dans l'immédiateté, interactivité 	<ul style="list-style-type: none"> - Expert DEA qui s'ouvre au particulier, - instantanéité du rapport en moins de n minutes sur son Smartphone !
CONFORT COMMODITE	Efficacité, simplicité, prestation globale expertise + photos + mise en ligne,	<ul style="list-style-type: none"> - diagnostic clé en main, - offre claire, rapport lisible, - réseau national, - accès aux infos à toutes heures, - rapport accessible à tous et transmissible d'un simple clic 	<ul style="list-style-type: none"> - 95% des clients plébiscitent la simplicité de l'offre et la clarté du rapport , - Plus de 600 cabinets Anea, - site dispo 24h/24, - Montrer au client : simple en un clic
ARGENT	Besoin expertise meilleur rapport qualité prix, produit de valeur, R.O.I retour sur investissement	<ul style="list-style-type: none"> - Mise en ligne gratuite de l'annonce, - Expertise au meilleur rapport qualité prix pour 100 points de contrôle, - valorisation du VO, vous vendrez plus vite, 	<ul style="list-style-type: none"> - Rapporté à la valeur du VO, la valeur de la prestation CEA représente un faible pourcentage%, - vous diminuez les risques de vices cachés,...
SYMPATHIE	Besoin proximité, partage des valeurs, lui faire l'historique de la création de la solution, utilité publique, développement durable (véhicule électrique)....	<ul style="list-style-type: none"> - Réseau constitué pour des personnes comme vous pour vendre les yeux fermés, - Garantie transparence, certitude de mettre un véhicule non dangereux sur le marché, - qualité objectivité et transparence de la transaction et respectueux de l'acheteur et du vendeur, - en passant par CEA vous assainissez le marché... 	<ul style="list-style-type: none"> - Expertise d'1 heure (on passe du temps avec vous). - 15% des transactions entre particuliers sans expert ni labellisation débouchent sur un différend, une mauvaise vente, une arnaque, un vice caché. - Véhicule non  dangereux

Articles et émissions sur Carré Expert Auto : des preuves tangibles pour crédibiliser et rassurer

▪ Presse Grand public

▶ RMC "Votre auto" : Comment faire face à la fraude au compteur kilométrique ?

- Comment une telle fraude est-elle possible ? Quels sont les véhicules les plus concernés ? Comment déjouer cette arnaque ? Peut-on se faire aider lors de l'achat d'un véhicule d'occasion ? Comment se défendre en cas d'escroquerie ? Que risque le vendeur s'il se fait prendre ? Cette émission était l'occasion de présenter **Carré Expert Auto** et d'apporter **des conseils aux automobilistes**.

Cliquez sur ce lien pour [Réécouter l'émission](http://podcast.rmc.fr/channel50/20140511_auto_3.mp3) du dimanche 11 mai 2014 http://podcast.rmc.fr/channel50/20140511_auto_3.mp3

▶ Faire expertiser une voiture d'occasion : quelles sont les offres ? - L'argus.fr

- En matière d'occasion, optimiser la vente de sa voiture ou s'assurer un achat réussi, passe souvent par la case «Expertise». Pour vous aider à préparer votre transaction, L'argus vous présente les 5 offres les représentatives du marché.

Cliquez sur ce lien pour [Lire l'article](http://www.largus.fr/actualite-automobile/faire-expertiser-une-voiture-doccasion-queelles-sont-les-offres-4042379.html) publié le 25 avril 2014 sur L'argus.fr <http://www.largus.fr/actualite-automobile/faire-expertiser-une-voiture-doccasion-queelles-sont-les-offres-4042379.html>

▶ Acheter son occasion avec un œil d'expert – L'Argus

- Aucune place à l'improvisation. L'Argus s'est associé à des experts automobiles pour déjouer les pièges et "coacher" dans l'art de bien acheter. Pour un achat réussi mandatez un expert.

Cliquez sur ce lien pour [Lire l'article](#) publié dans l'Argus du 10 avril 2014

▶ Carré Expert Auto sur Radio France Bleu : Trouver les bonnes astuces pour acheter un véhicule d'occasion

- Christophe Theuil, Président de la Commission Prospectives a été invité par radio France Bleu pour l'émission « Les experts » sur le sujet « Trouver les bonnes astuces pour acheter un véhicule d'occasion, comment éviter les pièges ».

Cliquez sur ce lien pour [réécouter l'émission](http://www.francebleu.fr/info-service-horoscope-pronostic-bon-plan/les-experts-de-fb-la-rochelle/les-experts-103) du mardi 8 avril 2014 : <http://www.francebleu.fr/info-service-horoscope-pronostic-bon-plan/les-experts-de-fb-la-rochelle/les-experts-103>



Articles et émissions sur Carré Expert Auto : des preuves tangibles pour crédibiliser et rassurer

▪ Presse spécialisée

▶ Les experts en automobile misent sur le B2C et ciblent le marché VO – Décision Atelier

- Pour faire face à l'évolution de leur métier, les experts en automobile se penchent sérieusement sur le marché du véhicule d'occasion.

[Lire l'article](#) publié sur Décision Atelier le 14/01/2014 - Télécharger [l'article](#)

▶ Achat - Vente : la sécurité avec Carré Expert Auto – Côté Auto

- Permettre de mieux acheter ou mieux vendre son véhicule, c'est dans cette logique qu'ANEA (Alliance Nationale des Experts en Automobile) a développé la solution **Carré Expert Auto**.

[Lire l'entretien](#) publié dans Côté Auto,, janvier 2014 N°113, revue de l'Union Nationale des Automobile Clubs

▶ Les experts se diversifient - Journalauto.com

- Annoncé en avril dernier par l'Anea (Alliance nationale des experts en automobile), le dispositif Carré Expert Auto a finalement été lancé fin septembre dernier. Ce projet d'ouverture de l'expertise pour les particuliers, développé par l'Anea, a commencé à se déployer dans les cabinets d'expertise.

[Lire l'article](#) publié sur JournalAuto.com le 18 novembre 2013 - [Télécharger l'article](#)

▶ Les experts en automobile commencent à adopter leur nouvelle marque – Argus de l'assurance

- **Carré expert auto, le dispositif annoncé au mois d'avril 2013** par l'Alliance nationale des experts en automobile (**Anea**) pour permettre à ses adhérents de diversifier leur activité, commence à faire des émules sur le terrain.

[Lire l'article](#) publié sur le site de l'Argus de l'Assurance le 14 novembre 2013 - [Télécharger](#) l'article

▶ Proposer de nouveaux services aux automobilistes – Argus de l'assurance

- Philippe Ouvrard fait le point sur ses initiatives pour faire face aux évolutions qui touchent le métier. **"Pour aider les experts, nous lançons une marque destinée au grand public"**.

[Lire l'interview de Philippe Ouvrard](#) - L'Argus de l'assurance du 26 avril 2013.



Définissez votre plan d'action
Quelles actions pour démarrer ?



Votre plan d'action dans les grandes lignes

▶ **Comment capter votre clientèle ?**

- **Vos outils** : vous avez déjà à votre disposition l'identité commerciale de Carré Expert Auto :
 - ▶ Le logo partenaire Carré Expert Auto, la signature mail Carré Expert Auto, les dépliants commerciaux, le site internet Carré Expert Auto, le totem PLV (à installer dans votre cabinet ou sur vos lieux d'exposition), les affiches, les stickers pour marquer votre flotte de véhicules, les articles de presse et émissions radios sur Carré Expert Auto qui crédibilisent la prestation.

Définissez et préparez vos opérations pour aller vers vos clients :

- ▶ Les actions de marketing direct : **mailing, e-mailing, phoning...**
- ▶ Les actions de marketing événementiel : **journée Portes Ouvertes, exposition, salon...**
- ▶ Les actions de marketing relationnel : utilisez ou développez **vos réseaux associatifs, vos réseaux sociaux, ...**
- ▶ Les actions de marketing publicitaire : **encarts dans des annuaires, publicité dans la presse locale, affichage...**

Listez les actions les plus logiques et les plus simples à mettre en œuvre rapidement en fonction de votre organisation actuelle. Cela vous permettra de vous imprégner du terrain et de mieux orienter et affiner ensuite vos actions en fonction de votre marché local.

▪ **Votre organisation**

- ▶ Dans un 1^{er} temps vous allez probablement commencer en équipe très réduite pour tester le terrain. Pensez aux étudiants en Action Commerciale (BTS et +, Master) que vous pouvez intégrer en stage ou en alternance pour vous aider à constituer vos fichiers prospects et clients, à prospecter et à lancer des actions.
- ▶ La gestion de l'information commerciale : l'organisation en interne (qui fait quoi, qui téléphone et trace un appel et où, en informe qui, ...) les outils et procédures pour suivre et assurer une communication fluide et la bonne utilisation des informations, constituer et gérer les différents fichiers.

Quelles actions pour démarrer ?

Communiquez autour de vous

▶ Sensibilisez, impliquez votre personnel

- Les **premiers vecteurs immédiats de communication sont les salariés de votre cabinet.** Vos salariés sont vos ambassadeurs. Prenez le temps de leur expliquer en quoi consiste la solution Carré Expert Auto et l'importance de développer ce marché auprès des particuliers pour votre cabinet.
- Proposez leur (si ce n'est déjà fait) pour leur propre usage bien sûr mais aussi à usage de leur cercle de relations des expertises VO à tarifs privilège (ou gracieux) pour faire fonctionner le bouche à oreille. Les conjoints peuvent à leur tour en parler dans leurs sociétés et cercles.
- Si les salariés parlent positivement autour d'eux de votre cabinet et permettent d'acquérir de nouveaux clients, pensez à les motiver, les remercier. La vraie reconnaissance est un moteur puissant en entreprise.

▶ Clients et fournisseurs sont aussi vos ambassadeurs

- S'il est essentiel pour votre cabinet de communiquer auprès de ses prospects, vous devez aussi tout faire pour capitaliser sur les relations professionnelles établies. Dans l'objectif d'en créer de nouvelles.

▶ Entraînez-vous à présenter Carré Expert Auto en 2 à 3 minutes

- Pour susciter l'intérêt de vos interlocuteurs en sphère professionnelle, avec votre banquier qui peut être un prescripteur lors d'une demande de crédit auto d'un de ses clients, lors d'un repas professionnel, amical ou familial ; **si vous ne parlez pas de ce que vous faites, personne ne le saura.** En échangeant, vous rebondirez sur des idées, des remarques auxquelles vous n'auriez pas forcément pensé et qui vont forger vos arguments et votre vision de votre lancement.
- Si vous avez une page Facebook ou LinkedIn, présentez votre prestation en tant que Partenaire Carré Expert Auto en quelques lignes avec votre logo Partenaire et un lien vers le site Carré Expert Auto.

Quelles actions pour démarrer ?

Transformer vos outils de gestion en support de communication

- ▶ Les professionnels avec qui vous traitez, qu'ils soient **clients ou fournisseurs**, peuvent être amenés à transmettre à leurs relations professionnelles propres des documents concernant votre entreprise.
 - **Transformez chaque outil quotidien de gestion en véritable support de communication :**
Factures, emails, papier en-tête, cartes de visites,...
Vous pouvez par exemple insérer en bas du papier en-tête ou d'un mail une information du type « Découvrez Carré Expert Auto », ou « Journée Portes ouvertes le.. », « Le cabinet X fête ses n ans et se lance dans... »
Les messages transmis peuvent être changés régulièrement.
Ces supports diffusent de l'info et véhiculent l'image de marque, le dynamisme et la proximité de votre cabinet.
 - **Votre message d'accueil téléphonique** pendant l'attente peut questionner l'appelant : « Le saviez-vous ? Notre cabinet est partenaire Carré Expert Auto nous pouvons vous conseiller et vous sécuriser sur l'achat ou la vente de votre véhicule d'occasion »

A noter :

Dans vos communications visuelles veillez bien à utiliser le logo partenaire Carré Expert Auto



PARTENAIRE



PARTENAIRE

Quelles actions pour démarrer ?

Mailing, Journée Portes Ouvertes

- ▶ **Ecrivez, ouvrez vos portes, recevez, distribuez...donnez pour recevoir**
 - **Mailing adressé**
 - ▶ Vous pouvez dans un 1^{er} temps envoyer un mailing à votre base client (vos expertises collisions, PJ etc..). En l'occurrence il s'agit ici d'entrer en contact.
Vous pouvez via un courrier ou un mail accompagné du dépliant ou d'un autre document vous présenter en tant que partenaire Carré Expert Auto ou proposer une invitation à une journée Portes Ouvertes à votre cabinet ou proposer de rappeler le prospect dans les prochains jours.
 - **Journée Portes Ouvertes (ou matinée)**
 - ▶ Organiser un événement, même modeste, dédié à votre « clientèle » est une bonne manière de créer une proximité où les personnes se souviendront d'un moment partagé.
Le jour J tout le staff du cabinet est au point : vous pouvez mettre en avant votre totem PLV dans votre cabinet, dédier un poste informatique avec la vidéo Carré Expert Auto, faire des démonstrations de l'outil, montrer la mise en ligne du rapport et de l'annonce avec les photos. Et proposer bien sûr des expertises (au sol) ou proposer un rendez-vous pour une expertise en garage sur un pont suivi d'un essai routier. Expertises gratuites pour les 1^{ers} arrivés ou remisées... Il faudra bien attirer le chaland dans un 1^{er} temps pour espérer un bouche-à-oreille positif. Privilégiez peut-être votre événement un samedi matin.
 - ▶ Si vous avez de bonnes relations avec un garage, vous pouvez proposer d'organiser cette journée Portes Ouvertes sur son site. Cela vous permettrait de mettre en commun votre fichier client et le sien, de faire directement une expertise du véhicule d'un des clients sur un pont. Pensez dans ce cas à organiser un espace visible (dépliants, totem PLV, poste informatique, démonstration, mise en ligne) et à vous assurez de la disponibilité du pont.

Quelles actions pour démarrer ?

Phoning, enquête-questionnaire

- **Phoning**

- ▶ Si vous faites du phoning, préparez votre argumentaire. Présentez votre nouveau service Carré Expert Auto et votre invitation à la journée Portes Ouvertes (ou un rendez-vous personnalisé au cabinet si vous optez pour une autre approche), ce qui mettra en avant votre proximité.
- ▶ Si vous n'avez pas prévu d'opération de rencontre, vous pouvez orienter votre appel comme une enquête téléphonique où vous souhaitez simplement présenter votre nouveau service, expliquer que vous êtes à même d'accompagner un automobiliste indépendamment d'un sinistre, voir le degré d'intérêt et selon proposer d'aller visiter le site Carré Expert Auto ou de venir en rendez-vous au cabinet. Laissez dans tous les cas votre nom, celui du cabinet et votre numéro de téléphone.

- **Enquête – questionnaire sur le terrain**

- ▶ Vous pouvez organiser cette action d'enquête auprès de particuliers avec l'aide un étudiant en stage à l'extérieur de votre cabinet : chez un garagiste que vous connaissez par exemple ou dans une zone commerciale de passage pour voir la perception qu'ont les particuliers des services que peut proposer un expert auto en l'occurrence Carré Expert Auto. Essayez de collecter les mails des personnes interrogées et remettez leur une carte ou un mini document Carré Expert Auto avec vos coordonnées.

Distribuez vos documents – 1/2

▪ **Distribution de documents**

La distribution physique de documents permet de toucher les particuliers d'autant plus si le document est d'un format facile à conserver ou utile.

Pour faciliter un retour vous pouvez y indiquer une offre spéciale, une invitation à découvrir la solution à votre cabinet.

- ▶ **1^{er} endroit stratégique de distribution : les voitures que vous expertisez chaque jour.** Ce peut être un document recto verso accroché au rétro ou au frein à main : par exemple le visuel du totem d'un côté et de l'autre les coordonnées de votre cabinet, logo partenaire CEA, etc., infos utiles pour un automobiliste sur la sécurité de son véhicule et la date de votre passage...
- ▶ **Auto-école :** la plupart des jeunes conducteurs vont passer par l'achat d'un 1^{er} véhicule généralement d'occasion. C'est le moment de les sécuriser (ainsi que leurs parents) avec une expertise de leur futur véhicule d'occasion et fidéliser le contact. Bien conseillé, le jeune automobiliste peut revenir vers vous plus tard (ou ses parents). Négociez la pose d'une affiche en vitrine (et selon de dépliants).
- ▶ Pensez aux **salons locaux et expositions** qui drainent du public. Mettez en place si possible votre totem ou vos affiches et distribuez vos flyers ou négociez un partenariat-partage de stand.

Distribuez vos documents – 2/2

- ▶ En **boîtes aux lettres**. Vous pouvez demander à un étudiant de faire une distribution en boîtes dans une zone de chalandise. Ne lâchez pas votre étudiant dans la nature sans le briefer un minimum sur le contenu ; on peut lui poser des questions et il est susceptible de parler de vous et du produit.
 - ▶ En zone de **grands magasins et hypermarchés**. Qu'on le veuille ou non le week-end le particulier de n'importe quel statut social a tendance à faire ses courses en grande surface (et en voiture).
 - ▶ La distribution d'un **flyer avec un journal gratuit ou non** (encart jeté) ou avec un colis (asile-colis) mais cela a un coût.
 - ▶ S'il y a un site de karting dans votre région ou un **club** fédérateur ou autres activités ludiques, tâchez le terrain pour poser affiches ou dépliants.
 - ▶ Lors de petites **manifestations locales, associatives ou scolaires**, vous pouvez imprimer une bâche (calicot) pour un petit stade ou une installation sportive ou autre lieu en fonction de votre réseau relationnel (pour éviter les coûts).
- Législation : la distribution de tracts peut se faire de différentes manières (distribution dans la rue, à la sortie des bouches de métro, sur des salons, directement dans les commerces, sur les véhicules, etc.) mais doit respecter les arrêtés municipaux en vigueur et les règlements de la commune en la matière. La distribution peut impliquer une autorisation préalable de la mairie. Idem sur le parvis des gares, une autorisation spécifique est à demander à la SNCF.

<http://blog.frasson.net/09/02/2011/les-mentions-obligatoires-sur-les-flyers-tracts-publicitaires/>

Quelles actions pour démarrer ?

Constituez vos propres fichiers

- ▶ **Quand on parle de mailing adressé, ciblé, cela sous-entend de mettre en place un fichier ou de disposer d'adresses**
 - ▶ Votre base « clients » (vos expertises collisions, PJ etc..) : vous pouvez l'organiser en fonction de critères. (H/F, véhicule, âge, localité...). Vous devez réorganiser ce fichier pour y indiquer les actions menées et avoir un historique des actions (appel sortant, présentation de la solution, commentaires, invitation, courrier/mail envoyé...).
 - ▶ Vos « vrais » prospects : les contacts peuvent provenir de vos distributions de documents sur des manifestations où lieux d'enquête où vous aurez réussi à capter les coordonnées. Mais aussi des sites d'annonces de VO soit en y plaçant de la pub, soit en tentant de contacter par mail les particuliers qui ont déposé une annonce.
- ▶ **Organisez vos fichiers qualifiés**
 - ▶ Utilisez une base de données ou un fichier Excel.
 - ▶ Pour répondre aux normes postales les noms et adresses doivent tenir sur 6 lignes de 32 caractères. Mettez à jour régulièrement vos fichiers avec toutes les informations que vous pouvez récupérer pour avoir l'historique des actions ou organiser par intérêt clients.
- ▶ **Essayez de constituer vous-mêmes vos fichiers suite à vos actions ou vos partenariats locaux** que vous négocierez (fichiers clients garages, visiteurs d'une manifestation,...) car l'achat ou la location de fichiers coûte cher.

Sur quels supports communiquer ?

Sur quels supports communiquer ?

Communication locale réseau professionnel

▶ CCI des régions et villes, news letters périodiques

- Les Chambres de Commerce et d'Industrie en région ont sur leurs sites des rubriques économiques et des news letters envoyées à tous les patrons d'entreprises de la localité. Vous pouvez vous rapprocher de votre CCI pour voir comment activer ce réseau.
Les CCI ont par ailleurs les fichiers des entreprises locales.
- L'avantage de s'approcher des CCI est d'essaimer au milieu d'un tissu économique de qualité dans lequel l'expert peut et doit montrer l'étendue de son métier et sa création de valeur. En outre les contacts avec d'autres dirigeants d'entreprises peuvent révéler un portefeuille de prospects et amener à de nouvelles idées ou des partenariats., faire partie d'un cercle (jeunes dirigeants etc...). Il faut sortir du cercle technique exclusif des réparateurs et consorts.
 - ▶ <http://www.cci.fr/web/organisation-du-reseau/presentation-ccifrance>
 - ▶ <http://www.cci.fr/web/organisation-du-reseau/annuaire>
 - ▶ <http://www.cci.fr/web/organisation-du-reseau/sites-internet-et-courriels-des-c-r-ci>
 - ▶ <http://www.cci.fr/web/organisation-du-reseau/communes>



Sur quels supports communiquer ?

Communication presse locale (PQR)

▶ Presse Quotidienne Régionale, presse locale périodique (papier)

- Vous pouvez enclencher des contacts avec votre presse locale pour communiquer par exemple sur les initiatives de votre cabinet vers le particulier avec l'argument de Carré Expert Auto : journée portes ouvertes de votre cabinet, participation à un salon, présenter votre métier et Carré Expert Auto, des astuces d'expert...

▪ Cartographie de la presse PQR :

Si vous envisagez d'autres presses locales ou périodiques ou presses en ligne qui vous semblent plus adaptées ou complémentaires, faites en nous part.

Vous connaissez mieux que nous votre région et ses habitudes.

- Cette presse quotidienne régionale papier a également une **version presse en ligne** (voir page suivante les liens vers tous les sites internet des quotidiens régionaux).



Sur quels supports communiquer ?

Les sites web de la presse locale (PQR)

► La Presse Quotidienne Régionale (PQR) en ligne

L'Alsace	http://www.lalsace.fr	La Montagne	http://www.lamontagne.fr
L'Ardennais	http://www.lunion.presse.fr	Nice Matin	http://www.nicematin.fr
Le Berry Républicain	http://www.leberry.fr	Nord Eclair	http://www.nordeclair.fr
Le Bien Public	http://www.bienpublic.com	Nord Littoral	http://www.nordlittoral.fr
Centre Presse Vienne	http://www.centre-presse.fr	La Nouvelle République	http://www.lanouvellerepublique.fr
Charente Libre	http://www.charentelibre.com	La Nouvelle République des Pyrénées	http://www.nrp.pyrenees.com
Corse Matin	http://www.corsematin.com	Ouest France	http://www.ouest-france.fr
Le Courrier de l'Ouest	http://www.courrierdelouest.fr	Paris Normandie	http://www.paris-normandie.com
Le Courrier Picard	http://www.courrier-picard.fr	Le Parisien	http://www.leparisien.fr
Le Dauphiné Libéré	http://www.ledauphine.com	Le Pays	http://www.lalsace.fr
La Dépêche du Midi	http://www.ladepeche.com	Le Petit Bleu de l'Agenais	http://www.petitbleu.fr
Les Dépêches / Le Progrès	http://www.leprogres.fr	Le Populaire du Centre	http://www.lepopulaire.fr
Les Dernières Nouvelles d'Alsace	http://www.dna.fr	La Presse de la Manche	http://www.lapressedelamanche.fr
La Dordogne Libre	http://www.dordogne.com	Presse Océan	http://www.presseocean.fr
L'Echo Républicain	http://www.lechorepublicain.fr	Le Progrès	http://www.leprogres.fr
L'Eclair Pyrénées	http://www.pyrenees.com	Le Progrès de Fécamp	http://www.havre-presse.fr
L'Est Eclair	http://www.lest-eclair.fr	La Provence	http://www.laprovence.com
L'Est Républicain	http://www.estrepublicain.fr	Le Républicain Lorrain	http://www.republicain-lorrain.fr
L'Eveil de la Haute Loire	http://www.leveil.fr	La République des Pyrénées	http://www.republique-pyrenees.com
Havre Libre	http://www.havre-libre.fr	La République du Centre	http://www.larep.com
Le Havre Presse	http://www.havre-presse.fr	Sud Ouest	http://www.sudouest.com
L'Hérault du Jour	http://www.lamarseillaise.fr	Le Télégramme	http://www.letelegramme.com
L'Indépendant	http://www.lindependant.com	La Tribune / Le Progrès	http://www.leprogres.fr
Le Journal de la Haute Marne	http://www.jhm.fr	L'Union	http://www.lunion.presse.fr
Le Journal de Saône et Loire	http://www.lejsl.com	Var Matin	http://www.varmatin.fr
Le Journal du Centre	http://www.lejdc.fr	Vaucluse Matin	http://www.ledauphine.com
Liberation Champagne	http://www.lest-eclair.fr	La Voix du Nord	http://www.lavoixdunord.fr
Le Maine Libre	http://www.lemainelibre.fr	Vosges Matin	http://www.vosgesmatin.fr
La Marseillaise	http://www.lamarseillaise.fr	L'Yonne Républicaine	http://www.lyonne-republicaine.fr
Midi Libre	http://www.midilibre.com		

LES CONCURRENTS

- ▶ S'il est évident que le concurrent direct de Carré Expert Auto est Experveo, d'autres prennent aussi un espace qui peut avoir un impact pour certaines régions. Il est important de savoir qui ils sont et comment vous allez occuper le marché pour vous différencier .

Dans tous les cas de figure, la concurrence est saine, motive, et prouve qu'il y a un marché à capter.

- EXPERVEO
- EXPERTICAR
- CERTICAR
- AIDAVEO
- ALAVO

BCA et Experveo : les grandes manœuvres – 1/3

- ▶ **BCA et son alliance Autoviza-Quintess créent la société Car Secure et tablent sur 150 000 expertises pour 2015-2016 (soit pour 600 experts une expertise par jour)**
 - **Autoviza** apporte un rapport historique du véhicule à l'instar du Carfax aux USA. L'historique ne peut être mis à disposition que sur accord du propriétaire et son exhaustivité ne dépend que des informations transmises. (Voir un exemple de rapport historique <http://www.autoviza.fr/pid58-comment-lire-un-rapport-autoviza.html>)
 - **Quintess** apporte les fichiers de la Camif et de clubs de fidélisation de grands groupes (Club Jazz SOC Générale). Car Secure cible aussi les nouveaux clients via ses partenariats avec Lacentrale.fr, ou le portail revisersavoiture.com et a priori des automobiles clubs (*après recherche : Automobile Club Association.org qui n'est pas la même structure que les AC* <http://www.automobile-club.org/voiture/expertise-vehicule-occasion.html>)
 - La création de **Carsecure** permet de proposer un service global et d'intégrer une garantie. Pour voir en détail la garantie, cliquez sur le lien <http://www.experveo.fr/nos-engagements.php#nota> tout en bas de page voir les [conditions générales d'utilisation](#)).
Car Secure espère s'appuyer sur un réseau physique national (les déplacements coûtent chers) et cherche des accords avec un réseau de centres de contrôle technique.

BCA et Experveo – 2/3

- ▶ BCA sur le site www.experveo.fr annonce 600 experts sur le territoire, une expertise et un rapport réalisés en 4 jours maxi, 75 points de contrôle (administratif, mécanique, esthétique). Le nouveau site d'Experveo met en avant 3 types de rapports (www.experveo.fr/rapport-expertise-automobile.php) :
 - **Scan Visio** 69 à 99 € : (RV en agence ou sur lieu choisi par le client) à conformité du véhicule (identification, historique, propriétaire, conformité des docs, photos... pas d'essai routier)
 - **Scan Expert** : 159 à 189 € idem + examen détaillé, évaluation des frais de remise en état carrosserie, essai véhicule + en option (30€) valeur marché du véhicule.
 - **Scan Expert Or** : 239 à 269 € : idem + garantie mécanique de 3 mois (grâce à CIRANO) + en option 30 € pour obtenir la valeur marché du véhicule.
- ▶ 94 départements couverts par Experveo selon leur site. Probablement 22 agences particulièrement actives dans 5 régions avec Experveo.
 - [Voiture occasion Rhône](#) : 3 agences
 - [Voiture occasion île-de-france](#) 7 agences
 - [Voitures occasion Bretagne](#) 4 agences
 - [Voiture occasion Paris](#) 1 agence
 - [Voiture occasion Lorraine](#) 3 agences
 - [Voiture occasion Aquitaine](#) 4 agences

The screenshot shows the Experveo website banner. At the top left is the Experveo logo with the tagline 'Bien acheter, mieux vendre. Votre véhicule d'occasion'. To the right are navigation links for 'Espace professionnel' and 'Espace personnel', along with social media icons. Below the logo is a navigation menu with items like 'Prestations et tarifs', 'Rapports d'expertise', 'Le métier d'expert', 'Nos 5 engagements', 'Nos partenaires', 'Contact', and 'Activer la garantie'. The main banner features the text 'Achetez ou vendez votre véhicule d'occasion en toute sérénité grâce à l'examen d'un expert agréé.' and 'à partir de 69€'. A list of 5 benefits is provided: 1. Connaître l'historique du véhicule, 2. Connaître son état, 3. En évaluer le juste prix, 4. Vous prémunir en cas de litige, 5. Éviter les arnaques. On the right side of the banner, there are buttons for 'RÉSERVATION ET INFOS', 'BENEFICIEZ de l'aide d'un expert automobile pour:', 'RENDEZ-VOUS EN LIGNE AVEC VOTRE EXPERT', 'BESOIN D'INFORMATION EXPERVEO ME RAPPELLE', and 'N°Azur 0 810 209 125'. At the bottom right, there is a 'PARTENAIRE' logo for CARRE expert AUTO.

BCA et Experveo – 3/3

▶ Arguments du site :

- L'achat ou la vente d'une voiture d'occasion peut représenter un vrai **risque**.
- Comment être sûr de ne pas se faire arnaquer en tant qu'acheteur ?
- Et quand **300 km séparent** l'acheteur du vendeur, comment faire pour s'assurer de la bonne foi des deux parties ?
- Aujourd'hui, grâce à Experveo, vous bénéficiez d'une solution simple et sûre pour éviter toute mauvaise surprise.

Trois forfaits au choix, pour une totale tranquillité.

Pour répondre le plus précisément possible à vos attentes, **Experveo** vous propose **deux niveaux d'expertise**, avec **trois forfaits** : **VisioExpert**, **ScanExpert** et **ScanExpert Or**. Découvrez ci-dessous celui qui vous convient le mieux.

VisioExpert à partir de 69€^{ttc} En savoir plus	ScanExpert à partir de 159€^{ttc} En savoir plus	ScanExpert Or à partir de 239€^{ttc} En savoir plus
--	--	---

L'achat ou la vente d'une voiture d'occasion peut représenter un vrai risque.

Comment être sûr de ne pas se faire arnaquer en tant qu'acheteur ?
Et quand 300 km séparent l'acheteur du vendeur, comment faire pour s'assurer de la bonne foi des deux parties ?

Aujourd'hui, grâce à **Experveo**, vous bénéficiez d'une **SOLUTION SIMPLE ET SÛRE** pour éviter toute mauvaise surprise.



Achetez ou vendez votre véhicule d'occasion
en toute sérénité
grâce à l'examen d'un expert agréé.



à partir de
69€

Avec Experveo, bénéficiez d'une expertise objective du véhicule que vous souhaitez acheter ou vendre.

Quel est son état ? Quelle est sa valeur ? Nos experts vous permettent de connaître avec précision l'état du véhicule pour que la transaction s'effectue simplement, en toute confiance et en toute sérénité.

DEMANDE D'INFORMATIONS SANS ENGAGEMENT

Contactez-nous
en toute simplicité,
en remplissant ce formulaire :

Civilité* M Mme Mlle

Votre Nom

Prénom* :

Téléphone* :

Email* :

* Champs obligatoires

Valider et télécharger
notre Brochure

Besoin de SÉRÉNITÉ?

Nos experts sont à votre disposition.

• Par téléphone

N°Azur 0 810 209 125

Prix d'un appel local

• Experveo vous rappelle:

M Mme Mlle

Votre Nom

Votre Téléphone

Rappel



4 raisons
de choisir **Experveo**

600 experts agréés
répartis dans tout l'Hexagone

Une expertise et un rapport
réalisés en **4 jours maximum**

75 points de contrôle
administratifs, mécaniques et esthétiques

5 engagements garantis

Qui sommes-nous ? - Conditions Générales de Vente - Mentions Légales - Presse



PARTENAIRE

Le label Experticar et les garages AD – I/2

- ▶ **Experticar** : <http://www.carassurepro.fr/produits/labelExperticar>
 - **Le label en 10 points (label de 1 à 5 étoiles)**
 - ▶ Véhicule non accidenté au niveau structurel
 - ▶ Numéro de série conforme
 - ▶ Aucun bris de glace
 - ▶ Aucun élément de carrosserie à remplacer
 - ▶ Aucune rayure supérieure à 10 cm de longueur
 - ▶ Pas d'enfoncement supérieur à 3 cm de diamètre
 - ▶ Pas de cumul des deux valeurs précédentes supérieur à 5
 - ▶ Sculpture des pneumatiques supérieure à 4 mm (50 % d'usure)
 - ▶ Absence de brûlure ou de déchirure visible sur les assises et garnitures intérieures
 - ▶ Garantie mécanique (minimum 6 mois).

- ▶ **AD Autodistribution** (1700 réparateurs présents sur tous les départements): <http://www.ad-auto.fr/reseau/ad-auto>. Annonce un catalogue de 800 VO

Le Groupe Autodistribution et AD Occasion sont associés au label **Experticar**, qui se positionne comme le premier label français multimarques officiel pour les VO (labellisation indépendante). Le label AD Occasion offre la possibilité de labelliser à la fois un véhicule d'occasion à l'unité (déplacement d'un expert indépendant) ou un parc complet en interne (collaborateur formé). Les réparateurs du groupe AD ont ainsi une solution métier sur mesure pour développer l'activité de négoce VO.

Le label Experticar – 2/2

▶ Arguments du site :

- Un label pour valoriser vos VO
 - ▶ Le label Experticar a été conçu pour valoriser les véhicules d'occasion en permettant aux acheteurs de les différencier d'un simple coup d'œil.
 - ▶ Plusieurs milliers de labels Experticar ont déjà été délivrés et 100% des professionnels qui y font appel constatent la valorisation de leurs véhicules auprès des acheteurs.
- Qui décerne le label ?
 - ▶ Experticar est un réseau d'experts en automobile indépendants sur toute la France.
 - ▶ Ces experts sont agréés par Experticar pour établir la notation relative à l'état du véhicule en toute impartialité.
 - ▶ Tous sont formés et respectent le barème imposé par la charte du label Experticar.
- Comment labelliser un véhicule ?
 - ▶ Pour en savoir plus ou demander le passage d'un expert accrédité, contactez Experticar par e-mail

The screenshot displays the Experticar website interface. At the top, there's a navigation bar with 'ACCUEIL', 'NOUS CONTACTER', and 'MENTIONS LEGALES'. The main header features the 'CAR ASSURE PRO' logo and the text 'LE LABEL MULTIMARQUES INDEPENDANT DECERNE PAR LES EXPERTS DE L'AUTOMOBILE'. A red banner on the right says 'EXCLUSIVITE Car Assure Pro'. The content is organized into several sections:

- UN LABEL POUR VALORISER VOS VO**: Explains that the label is designed to value used vehicles and differentiate them. It states that over a million labels have been issued and 100% of professionals see an increase in value.
- QUI DECERNE LE LABEL ?**: States that Experticar is a network of independent experts across France. These experts are accredited and follow a strict barometer.
- COMMENT LABELLISER UN VEHICULE ?**: Provides contact information for experts via email (experticar@carassurepro.fr) and the website (www.experticar.com).
- COMMENT SONT EVALUES LES VEHICULES ?**: Shows a 5-star rating scale from 'EXCEPTIONNEL' (5 stars) to 'MOYEN' (1 star). It explains that the evaluation is based on a reverse barometer where more defects result in a lower star rating.
- UNE GARANTIE MECANIQUE COMPLEMENTAIRE**: Mentions that Car Assure Pro partners with Experticar to offer a mechanical warranty.

Certi-Car – 1/2

▶ **Certi-Car** : www.certi-car.fr

- **Les partenaires de Certi-Car** : Experts du réseau Sothis (réseau de 42 cabinets mais certains ont choisi Carré Expert Auto) , A3S, Groupement professionnel du contrôle technique, CarGarantie, une assurance pour garantir les VO
- **Le pack Certi-Car seul** : 135€ (TTC) comprend :
 - ▶ L'expertise par un expert agréé,
 - ▶ le Rapport Certi-Car (disponible en ligne)
 - ▶ la simplification des démarches administratives,
 - ▶ l'identification du véhicule,
 - ▶ la publication des annonces sur sites publics (Leboncoin.fr, Vivastreet.fr, Autocadre, TopAnnonces.fr, AutoOccasion.fr, ParuVendu.fr, Automobile.fr, Priceministerauto, Pagesjaunes.fr, Automotoannonces.com)
- **Le Pack Certi-Car avec option Contrôle technique** : 190€ (TTC) :
 - ▶ Même contenu + le contrôle technique (détail en cliquant sur le lien [Pack Certi-Car](#))
- **Des garanties Certi-Car** (pannes mécaniques) de 6 à 24 mois
 - ▶ Détail en cliquant sur le lien <http://www.certi-car.fr/FR/garantie-auto-vehicule-occasion.aspx>



▶ **Arguments du site** :

- **Votre véhicule est-il vendable ?** Pour réaliser une bonne vente, faites le expertiser / vendre mieux et plus vite / je vends je suis responsable
- **Acheter un véhicule d'occasion sans se tromper ?** En confiance / au juste prix, / exigez le label Certi-Car

Certi-Car – 2/2

▶ Le label Certi-Car : Les 10 points d'agrément au label de marque " Véhicule Conforme Certi-Car

- Le contrôle technique valide
- L'essai routier n'a pas révélé d'anomalies mécaniques
- Pas de travaux de carrosserie supérieurs à 900 €
- L'absence de défaut constaté
- L'historique de sinistralité connu
- L'historique des entretiens connu
- L'état de la sellerie en parfait état
- L'usure des pneumatiques inférieure à 50%
- La conformité d'identification.
- Le véhicule n'a pas subi de transformation au regard de la réception du Type Mines.

> **Si le véhicule est conforme aux 10 points** visés ci-dessus, le rapport Certi-Car indiquera que le véhicule est « **conforme** ».

> Dans le cas contraire, le rapport indiquera " **véhicule examiné** " avec une coche de couleur jaune.

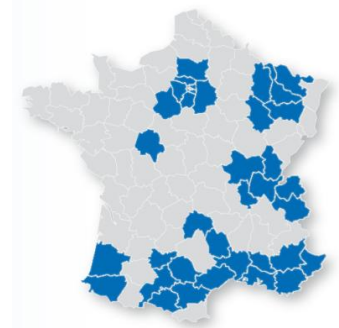
Les concurrents

Aidaveo

▶ **Aidaveo** : www.aidaveo.fr/

- Offre 1 à partir de 155 € moto, 185 € auto : l'expert se déplace à domicile pour examiner **au sol** le véhicule.
- Offre 2 à partir de 195 € moto, 225 € auto : l'expert effectue en + du service Aidaveo, un essai du véhicule (20/30 min)
impossible de télécharger un exemple de rapport (pdf vierge)
 - ▶ Une [assistance protection juridique](#) est incluse
- Principe du site :
 - ▶ Choisissez une formule Aidaveo, identifiez l'expert du département et payez en ligne.
 - ▶ L'expert sélectionné vous contacte pour vous accompagner ou se rendre seul et procéder à l'expertise : gain de temps !
 - ▶ Vous recevez votre rapport d'expertise sous 24 heures dans votre espace personnel sur le site Aidaveo.fr.
- Aidaveo présent sur 36 départements
 - 01 (Ain) - 04 (Alpes-de-Haute-Provence) - 09 (Ariège) - 11 (Aude) - 13 (Bouches-du-Rhône)
 - 15 (Cantal) - 28 (Eure-et-Loir)-30 (Gard) - 31 (Haute-Garonne) - 34 (Hérault)
 - 37 (Indre-et-Loire)- 39 (Jura) 40 (Landes) - 48 (Lozère)- 52 (Haute-Marne)
 - 54 (Meurthe-et-Moselle) 55 (Meuse) - 57 (Moselle) - 64 (Pyrénées-Atlantiques)
 - 69 (Rhône) - 71 (Saône-et-Loire)- 73 (Savoie) -74 (Haute-Savoie)- 77 (Seine-et-Marne)
 - 78 (Yvelines) - 81 (Tarn)- 82 (Tarn-et-Garonne)- 83 (Var) - 84 (Vaucluse) - 60 (Oise)
 - 88 (Vosges)- 06 (Alpes-Maritimes) - 91 (Essonne)- 92 (Hauts-de-Seine)
 - 93 (Seine-Saint-Denis). - 94 (Val-de-Marne)-

The screenshot displays the Aidaveo website interface. At the top, it states 'Un expert automobile vous accompagne pour l'achat de votre véhicule d'occasion!'. Below this, there are two main service packages: 'Aidaveo' (starting at 155€) and 'Aidaveo +' (starting at 195€). A central graphic shows a map of France with a magnifying glass over a specific region, accompanied by a three-step process: 1. Choisir votre formule Aidaveo, 2. L'expert examine le véhicule, 3. J'obtiens mon rapport d'expertise dans mon espace personnel. A 'HOTLINE AIDAVEO' section provides contact information: 'Contactez-nous' for a consultation, 'N° Azur 0 811 690 138', and 'PREX QUIN APPEL LOCAL'. The footer includes 'ENGAGEMENT AIDAVEO'.



PARTENAIRE

Les concurrents

Alavo

▶ Alavo : www.alavo.fr/

- Présents sur 72 départements
- Site agressif...
- Contrôle protocolaire, prix forfaitaire 149,00€
Environ 400 experts en France (selon le site)
Délai 24 à 48h, règlement à son arrivée.

▶ Arguments très étonnants du site

- Procéder à l'expertise automobile du véhicule avant son achat est la seule solution de protection aux fréquentes arnaques. Des experts VO diplômés pour vous aider.
- Ce service vous protège efficacement contre la PREMIERE source importante des tromperies : sources gouvernementale du ministère de la consommation et de la DGCCRF et des organismes de défenses des consommateurs.
 - ▶ **Prenez des précautions** (cliquer sur le lien pour lire la suite).
 - ▶ **Pour une meilleure protection et information des consommateurs** (cliquer...)
 - ▶ **Pourquoi choisir Alavo ? et pas un autre réseau d'experts ?**
Parce que Alavo a été le premier, le créateur de ce service en 2005 !
Les copieurs d'aujourd'hui n'ont jamais rien innové, seulement contrefait.
Ce service est effectué par des experts automobiles diplômés et indépendants. ...
Le prix le moins cher sans augmentation depuis son début et un contrôle plus complet.
Une douzaine de Télé, de radios et 21 journaux nationaux ont informés gratuitement.

ALAVO assistance à l'achat d'un véhicule d'occasion

Le premier réseau indépendant d'assistance à l'achat d'un véhicule d'occasion

Vous voulez acheter un véhicule d'occasion ?

Contactez ALAVO : Un assistant conseil vous accompagne au rendez-vous

L'assistant ALAVO fait le diagnostic du véhicule, il vous advise le bon prix de vente à sa juste valeur

Il négocie avec vous le prix de vente à sa juste valeur

Présentation Comment ça marche ? Notre Engagement Témoignages clients C.G.V.

Pour prendre rendez-vous avec l'un de nos assistants

05 46 30 09 29

Vous préférez être rappelé par la Centrale ALAVO remplissez ces quelques champs et cliquez sur ENVOYER :

Nom :

Prénom :

Département :

Date du rendez-vous :

Ce service vous protège efficacement contre la PREMIERE source importante des



PARTENAIRE

LES CHIFFRES DU MARCHÉ DU VO 2013

- ▶ **5,317 millions de VO vendus en France**, un volume 3 fois supérieur à celui des véhicules neufs.
 - VO de 5 ans et plus : 65,2% des ventes.
 - VO de 1 à 5 ans : 27 %
 - VO de moins de 1 an : 8 %
(estimation de l'Observatoire de Cetelem, nov. 2013)

- ▶ **67% de ces ventes sont réalisées par des particuliers**

- ▶ **33% de ces ventes par des professionnels** (ce dernier chiffre descendrait à 31,5%) soit **1,8 million de VO** surtout âgés de moins de 5 ans.

- Concessionnaires et filiales : 850 000 VO
- Agents : 450 000
- MRA : 270 000
- Négociants et réseaux : 230 000
(Chiffres salon Equip'Auto 2013)

Les professionnels / Grands comptes

- ▶ Ces **professionnels**, même lorsqu'ils sont sous forme de **franchises**, font très souvent partie de grands **réseaux** impliquant pour la plupart une **approche « Grands Comptes »** c'est-à-dire un accord avec leur tête de réseau ou administration. Dans ce cadre Il est du ressort de ANEA/ARD de négocier des partenariats nationaux afin d'en faire profiter l'ensemble des cabinets qui diffusent la solution Carré Expert Auto.

Aussi, si dans le cadre de vos contacts en région vous obtenez une **possibilité d'établir un contact avec l'organisation centrale d'une chaîne de franchises**, alors nous vous remercions de le faire savoir au **comité de pilotage** ou directement à Christophe Theuil.

- Centres de contrôle
- Loueurs LLD
- Flottes d'entreprises
- Ventes aux enchères
- Mandataires et négociants
- Agences automobiles
- Concessionnaires et agents (canal constructeur)
- Plus de 30 labels constructeurs
- Les labels occasion indépendants
- MRA (canal indépendant)



Les professionnels / Grands comptes

Centres de contrôle

- ▶ Selon l'OTC : 6130 centres de contrôle agréés en France.
 - Environ 61 centres par département.
Bilan 2013 : 23,26 millions de véhicules contrôlés.
 - Auto Sécurité France SGS : 920 centres, 1830 contrôleurs
 - Securitest SA SGS : 950 centres, 2000 contrôleurs
 - Autosur, Secta : 800 centres, 1800 contrôleurs
 - Dekra Automotive SA : 1400 centres, 2300 contrôleurs
 - Vivauto, Autovision : 944 centres, 1840 contrôleurs

Auto Sécurité représente 3,6 millions de véhicules contrôlés par an soit environ 300 véhicules par mois par centre.

- **Axe commercial possible** : selon vos liens avec les centres de contrôle techniques locaux

Les professionnels / Grands comptes

Loueurs LLD

- ▶ A l'issue de la location LLD, une expertise contradictoire a lieu pour évaluer le véhicule, le remarketer pour le revendre à des particuliers, des TPE, artisans ou encore à l'export. Généralement les loueurs font appel à des sociétés comme SGS Automotive France ou Dekra pour inspecter les véhicules. Les évaluations de prix sont issues d'outils Autovista. La vente des véhicules se réalise en salles de ventes physiques pour 40% et pour 60% en ligne (en augmentation grâce aux photos du véhicule).
 - Quand le véhicule atteint 4 ans le CT s'impose et dans ce cas ce sont *par exemple* les réseaux Autosécurité et Sécuritest qui interviennent.
 - Dekra Expertise (Marcos Sanchez) est déjà sur ce type d'activité (expertises retours de LLD) depuis 2009. Clients : Arval, Avis, Hertz, Citer, flottes d'entreprises.
- ▶ Loueurs LLD principaux
 - Multi marques : Leaseplan (VAG) avec SGS - ALD Automotive (Société Générale) - Arval (BNP Paribas) avec Dekra - Alphabet (BMW Group) avec Dekra - GE Capital Fleet Services (General Electric)
 - Constructeurs : Diac (Renault) - Peugeot Parc Alliance (Peugeot) - DCS Fleet Management (Daimler Chrysler) - FAL Fleet Service (Fiat)
- ▶ **Axe commercial possible :** Il existe aussi des petites sociétés de LLD pour les micro flottes (TPE, PME artisans) qui ont quelques agences en région.:
 - www.fastlease.fr/
 - www.leleasingdelutilitaire.fr/

Les professionnels / Grands comptes

Flottes d'entreprises

- ▶ Les grosses flottes d'entreprises sont clientes des loueurs LLD mais les PME plus petites gèrent en interne leur parc achat-entretien-revente.
- ▶ Selon le baromètre de l'Observatoire du véhicule d'entreprise, en 2013, seules 25% des PME et 6% des très petites entreprises (TPE) ont eu recours à la location de longue durée.
- ▶ **Axe commercial possible :** Aborder en direct les flottes de petites entreprises (proximité, réseaux de relations des experts en local) et les flottes des collectivités (locales, régionales) pour être présent au moment où elles envisagent de revendre leurs VO.
 - ▶ Plus d'info sur les flottes d'entreprises <http://www.flotauto.com/> et www.observatoire-vehicule-entreprise.com

Les professionnels / Grands comptes

Ventes aux enchères

- ▶ Du côté des enchères les véhicules ne sont pas forcément reconditionnés (réparés). Il peut y avoir un créneau à occuper pour labelliser les véhicules et renseigner ainsi le futur acheteur sur l'état et le montant des réparations à envisager.
 - ▶ www.bcautoencheres.fr/
 - ▶ www.autoreflex.com/
 - ▶ www.alcoba-auction.fr/Enchères
 - ▶ www.fiveauction.fr/
 - ▶ www.interencheres.fr/
- ▶ **Axe commercial possible** : des sites indépendants de vente de VO aux enchères pourraient être prospectés : par exemple www.vpauto.fr/bilan-expert qui annonce un service bilan expert comme une exclusivité ! (Voir en détail la [liste des points de contrôles](#))

Les professionnels / Grands comptes

Mandataires et négociants

- ▶ **Certains professionnels distributeurs-mandataires-négociants indépendants se sont fédérés au sein de l'association indépendante FFDAl** www.ffdai.com/ses-membres (les 5 premiers listés ci-après sont les membres fondateurs de cette fédération).
 - **Aramis Auto**, www.aramisauto.com
 - **IES**, www.auto-ies.com/selection/occasions-recentes/594
 - **Auto Ici** www.auto-ici.fr/
 - **Starterre** www.starterre.fr
 - **VPN** www.vpn-autos.fr (négociant)
 - Concession Direct www.concessiondirect.com/
 - Elite Auto, www.elite-auto.fr > <http://www.elite-occasion.fr>
 - Auto reflex, www.autoreflex.com
 - 321 Occasion, www.occasion.321auto.com
 - **SND**, www.sndiffusion.fr/ (dans le grand sud)
 - ▶ **Aramis Auto** vend du VN et du VO et a 25 agences sur le territoire en franchise et se développe en Allemagne (voir dernier article paru dans le Journal de l'Automobile N° 1198 du 28/02/14) ; 10 000 unités VO vendues à particuliers en 2013. A priori ses VO n'ont pas encore de label ? AramisAuto a également lancé en janvier 2014 à Montélimar une usine de reconditionnement de VO remis à neuf et proposés sur le site aramisauto.com
- ▶ **Les négociants** se rapprochent des mécaniciens réparateurs Auto (MRA).
 - **INTERVO** : <http://intervo.fr/page/1/> Ce négociant se positionne comme plate-forme permettant aux ateliers de faire du VO sans avoir de stock. Accès pour les pros.
 - Autres grands négociants : VPN, MC Automobiles, MK2
- ▶ **Axe commercial possible auprès des franchises ?**



Agences automobiles

- ▶ Beaucoup d'entités indépendantes. En revanche deux ou trois ont pignon sur rue et fonctionnent en franchise sur le territoire national . Les agences fonctionnent avec des frais de dossiers (39 €) et une commission à la vente de 5 à 10% (390 € jusqu'à 3000 €, 490 € jusqu'à 6000 € (etc.) par exemple pour Agenceauto.com (voir précisions ci-après). Via Automobile semble être plus chère.

A priori c'est le « vendeur » en agence qui évalue le véhicule et son prix de vente en accord avec le propriétaire selon une charte de qualité. Les véhicules restent en vente en moyenne 3 semaines. Au-delà c'est que le prix n'est pas adéquat.

- **Agenceauto**, la plus ancienne, qui a créé le concept d'agence auto mobilière en 2004 compte environ 30 franchises: <http://www.agenceauto.com/partout-en-france.html>
 - ▶ Experveo est déjà partenaire de cette enseigne (lire l'article récent <http://www.largus.fr/actualite-automobile/lagence-automobiliere-souffle-ses-10-ans-bougies-4100380.html> : « Chaque franchisé dispose du mandat d'un particulier pour vendre son véhicule et se commissionne à hauteur de 600 euros + 39 euros de frais de dossier. Le commerce complémentaire de garanties, financements (Cetelem, Axa Banque) et expertise (Experveo) booste également sa rémunération. Son rôle : mettre en relation et vérifier le bien. En moyenne, chaque agence vend entre 100 et 150 véhicules dans un délai de 3 semaines. Avantage pour le client : il obtiendrait environ 1000 euros de plus que s'il faisait reprendre son VO par un professionnel.
 - **BHCar** créé en 2010 comprend 36 franchises et 4 en prévision www.bhcar.fr
 - **Via Automobile**, 25 agences annonce sur son site une « visibilité nationale avec des campagnes publicitaires télévisées autour des émissions Automoto et Turbo, forte visibilité de nos stocks sur Internet (leboncoin.fr, autoscoot.fr, paruvendu.fr, vivatreet, largus.fr.) » www.via-automobile.com
- ▶ **Axe commercial possible** : Carré Expert Auto est un argument de différenciation et de qualité.



Concessionnaires et agents (canal constructeur)

- ▶ Environ 5000 concessionnaires en France pour 50 marques constructeurs répartis en concessionnaires exclusifs, multi marques et 10 000 agents.

Selon les chiffres d'EquipAuto; les concessionnaires représentent 850 000 VO vendus.
Les agents 450 000 VO vendus.

- ▶ Les concessionnaires de marques présentent leurs VO avec les labels constructeurs. C'est une concurrence imparable pour Carré Expert Auto mais les experts doivent connaître les points forts et faibles des labels concurrents.
- ▶ **Axe commercial possible toutefois:** les concessionnaires multimarques n'ont pas systématiquement tous leurs VO labellisés constructeurs...
 - ▶ Vous pouvez lister les pros qui ont actuellement des annonces VO sur le site **lacentrale.fr** : http://www.lacentrale.fr/pro_list.php?rubrique=VEHICULES
 - ▶ Ou prospecter les garagistes (vous êtes en possession de tous les fichiers des garagistes en principe mais dans le doute : annuaire : <http://www.auto-concession.fr/#annuaire>)

Concessionnaires et agents (canal constructeur)

Plus de 30 labels constructeurs

- ▶ **Les labels constructeurs** proposent des garanties Premium ou économiques et des services. Ces labels contrôlent un certain nombre de points techniques (de 60 à 160 points ...). C'est surtout la garantie et sa durée en cas de souci qui sont prônées. Les services sont une révision, une garantie mécanique, un contrôle avant l'achat, un diagnostic après n km, une assistance, un véhicule de remplacement, des solutions de financement et plus souvent une proposition de location avec option d'achat.
Pour avoir une vue d'ensemble des labels constructeurs du marché, lisez l'article de l'Argus ci-après qui détaillent 33 labels.
- ▶ **Label AutoExpert** : ce label multimarque est assez complet (160 points de contrôles).

Il peut vous être utile de regarder de plus près les points techniques de ces labels pour avoir des arguments comparatifs dans le cas où un « client pro ou particulier » vous demanderait quelles différences il y a entre un label « constructeur », un label « multimarque » et le label « Carré Expert Auto. »

- **Lire les articles**

- ▶ 33 labels constructeurs passés au crible :
<http://www.largus.fr/actualite-automobile/voiture-doccasion-33-labels-constructeur-passes-au-crible-3711379.html>
- ▶ Nouveau label VO Mitsubishi début avril :
<http://auto-infos.fr/Mitsubishi-lancera-son-label-VO,5267>

Concessionnaires et agents (canal constructeur): les labels occasion indépendants

▶ Les labels Occasion indépendants créés par les distributeurs

De plus en plus de distributeurs créent, en marge ou au-dessus des labels occasions imposés par leurs constructeurs, leur propre charte VO. Deux stratégies sont explorées : la marque ombrelle et le label low cost.

- ▶ Auto Top Budget (Schuller),
- ▶ Easy Gemy (Gemy qui a écoulé 5200 VO l'an passé),
- ▶ Les Essentiels Occasions OH! (Rouyer),
- ▶ Autosphère (PGA),
- ▶ Groupe Bernard (Bernard),
- ▶ Auto Affinité (Duffort)*,
- ▶ Delorme Occasions (Delorme),
- ▶ Prestige Cars by Jean Lain (Jean Lain Automobiles)*,
- ▶ Verbaere Occasions (Verbaere)
- ▶ Neubauer Occasion (Neubauer)

*A noter que Auto Affinité et Prestige Cars se situent dans le label haut de gamme.

- Lire l'article :

<http://www.largus.fr/actualite-automobile/les-groupes-sauto-certifient-2871375.html>

Mécaniciens Réparateurs Auto (MRA canal indépendant)

- ▶ **14 600 MRA** en 2010 (source Autorité de la Concurrence , TCI Conseil) répartis en
 - MRA avec enseigne : 7 900
 - MRA sans enseigne : 6 700
- Selon les chiffres d'Equip'Auto 2013 **l'ensemble des MRA représente 270 000 VO vendus** .
Selon Autobiz, les 1000 plus grands MRA de France vendent 100 000 VO/an.
Les réseaux indépendants n'ont pas de labels.
- ▶ Les MRA se lancent avec engouement dans la vente de VO et développent des réseaux pour écouler ou faire tourner leurs VO. Ils essaient de fonctionner en direct, idéalement avec 5 à 10 VO en stock par mois pas plus. Stocker un VO coûte 12 à 15 € par jour; raccourcir le délai est la préoccupation du garage. Pour les écouler, la présence sur le net est indispensable.
- ▶ **Axe commercial possible** : Carré Expert Auto est bien placé pour apporter un label et une visibilité complémentaire avec le site internet Carré Expert Auto pour les garages, en particulier les MRA sans enseigne.

Mécaniciens Réparateurs Auto (MRA canal indépendant)

- ▶ Environ 20 réseaux de réparateurs sous enseigne en France, dont certains ont une dimension internationale :
 - Groupe Auto Union, Temot, Autodistribution, Bosch Car Service, etc.
 - ▶ **Les 10 enseignes majeures dont certaines à observer**
 - **1,2,3 Autoservice** , http://www.123autoservice.fr/fr_FR/automobiliste
 - Autofit, <http://www.autofit.fr/fr/>
 - **Autoprime** (ont 1 site de VO en ligne très vieillot), <http://www.autoprime.com/>
 - Bosch Service, <http://www.boschcarservice.be/fr/86/vehicules-d-occasion>
 - Eurorepar (a priori pas de ventes de VO), <http://www.eurorepar.fr/>
 - Garage AD, <http://www.ad-auto.fr/reseau/ad-auto/> (AD déjà en partenariat avec **Experticar** pour label VO)
 - **Motorcraft**, les franchises VO proposent un rapport historique gratuit **Autoviza** (voir http://www.occasiondolauto.com/detail_auto.php?annonce=23056395)
 - Motrio, www.motrio.fr
 - **Precisium** (a prévu la vente en ligne de VN et VO mais rien en ligne pour l'instant), <http://precisium.fr/vehicule-neuf-occasion-precisium.php>
 - Top Garage, <http://www.top-garage.fr/site-Groupauto-page-184-318-Nous-rejoindre.html>

Annuaire réparateurs : (en principe vous avez déjà toutes les listes de réparateurs en France)

- http://www.monentrepriseauto.fr/metiers/reparateur_independant.php
- <http://www.garagiste-auto.fr/> - <http://www.revisersavoiture.com>

Articles de presse sur le VO

- ▶ **5,3 millions de VO vendus en 2013** : <http://www.largus.fr/actualite-automobile/53-millions-de-voitures-doccasion-vendues-en-2013-3500379.html>
- ▶ **Le VO au centre de toutes les intentions** : Décisions Atelier (février 2014 N°87)
- ▶ **Cetelem et achat VO** : Cetelem laisse 6 mois à ses clients pour trouver un VO <http://www.largus.fr/actualite-automobile/cetelem-soutient-lachat-de-vehicules-doccasion-3803400.html>
- ▶ **8 pistes pour acheter son VO** : <http://www.largus.fr/actualite-automobile/huit-pistes-pour-acheter-son-vehicule-doccasion-3146370.html>
- ▶ **Responsabilité du vendeur particulier** : (cet article vous donnera des arguments pour valoriser Carré Expert Auto) <http://www.largus.fr/actualite-automobile/voitures-doccasion-les-responsabilites-du-vendeur-particulier-3182370.html>
- ▶ **33 labels constructeurs** : <http://www.largus.fr/actualite-automobile/voiture-doccasion-33-labels-constructeur-passes-au-crible-3711379.html>
- ▶ **Les labels Occasion indépendants** : <http://www.largus.fr/actualite-automobile/les-groupes-sauto-certifient-2871375.html>
- ▶ **Dynamisme des ventes de VO : 430 305 véhicules en février soit +3,2 % par rapport à février 2013** <http://www.largus.fr/actualite-automobile/les-ventes-de-vehicules-doccasion-confirment-leur-dynamisme-en-fevrier-3793379.html>
- ▶ **Les ventes d'occasion progressent toujours : + 1,1%, en mars avec 456 253 unités vendues.** <http://www.leparisien.fr/automobile/automobile-les-ventes-d-occasion-progressent-toujours-17-04-2014-3774975.php>
- ▶ **En avril, 481 179 véhicules d'occasion vendus soit +1,4%** : <http://www.largus.fr/actualite-automobile/les-ventes-de-vehicules-doccasion-progressent-de-14-en-avril-4096379.html>
- ▶ **Feu Vert propose un diagnostic aux vendeurs de VO** : Feu Vert réalise pour le propriétaire une expertise complète de l'état du véhicule (intérieur, extérieur, mécanique) dont un essai routier, puis lui envoie un rapport détaillé, accompagné de conseils pratiques pour mieux vendre son véhicule (étude de la valeur Argus sur le marché et livret de conseils). http://pro.largus.fr/s_informer/Apres-Vente/feu-vert-propose-un-diagnostic-aux-vendeurs-de-vo-4149379.html

Pour information : La CFEA prépare un courrier pour réagir auprès de FEU VERT car la dénomination « expertise » est inappropriée et souhaite rappeler le contexte réglementé de la profession.

Merci

Bon lancement de votre activité

Carré Expert Auto

Contact :
Isabelle Briand
Chargée de développement
contact@carre-expert-auto.org
Tél.: 01 84 82 60 10
www.carre-expert-auto.fr