

Points culminants à l'intérieur de cette édition:

- Ce client du commerce électronique est nouveau et unique.
- Le commerce électronique est en train de changer la façon dont nous vendons nos véhicules.
- Dans les villes canadiennes, les clients passent en moyenne 4 heures à faire des recherches, sur l'Internet, à propos des véhicules qui les intéressent, avant de visiter la concession.
- Les concessions doivent donc s'intéresser au commerce électronique.

Les professionnels de l'automobile sont la plus grande formation bilingue et la consultation organisation au Canada.

Pour la nouvelle information entrez s'il vous plaît en contact avec nous:

Appel sans frais 1-888-759-5079

Par courrier:

Attention: Département de formation

Région du Québec
3150 boul. Le Corbusier
Laval, Québec
L4V 1P1

Qui est le client par Internet?

Il y a quelques jours, Pierre s'est plaint à moi que son client était dans la cour à regarder les nouvelles voitures avec une sorte de "Palm Pilot" dans sa main. Il était branché, sans fil, à l'Internet et il posait un tas de questions au représentant des ventes en allant d'une voiture à l'autre. Je ne suis pas certain si le client vérifiait la connaissance du représentant (seulement 9% des gens croient que le représentant sait ce dont il parle) ou s'il était analytique, mais il n'y a pas de doute que le client de Pierre fait partie d'un groupe grandissant de clients qui font des recherches avant de se présenter à la concession - dans le but de partir à égalité quand ils nous visitent.

Aujourd'hui, le client nous force à changer notre façon de vendre. Dans les villes canadiennes, les clients passent en moyenne 4 heures à faire des recherches, sur l'Internet, à propos des véhicules qui les intéressent, avant de visiter la concession. En 1999, seulement 25% des clients ont utilisé l'Internet pour faire de la recherche sur les véhicules; en 2001, ce chiffre se situe aux alentours de 65% et augmente toujours. Un grand manufacturier estime qu'il passera à 80% d'ici 2005. Cela va-t-il mettre au chômage le personnel des concessions? Au contraire ... le Toronto Star rapporte que 83% des personnes qui font de la recherche sur l'Internet de cette façon veulent toujours acheter d'un représentant des ventes, sur le plancher de la salle de montre. Les gens veulent toujours faire affaires avec des

gens. Mais ils veulent ... non, ils exigent que le processus de vente soit amélioré!



« Aujourd'hui, le client nous force à changer notre façon de vendre. »

Ce client du commerce électronique est nouveau et unique. Les données démographiques sont attirantes : ces gens qui prennent contact par courriel ont plus d'argent (46%), ont une meilleure éducation (94%), sont chef de famille (49%) et ont plus de 40 ans (68%). D'une certaine façon, ils sont une version moderne du client qui communique par téléphone ou par fax. Mais, même s'ils ont des similitudes avec ce dernier, nous devons réagir différemment face à eux. Je discute régulièrement avec des représentants des ventes responsables des communications par Internet qui confirment que - en autant que nous les traitons de façon différente et adéquate - les profits sont meilleurs et le taux de conclusion de vente plus élevé. On doit cependant les traiter de façon spéciale.

Le commerce électronique est en train de changer la façon dont nous vendons nos véhicules. Deux des principales plaintes parlent du rythme du représentant des ventes et de ce représentant qui doit continuellement aller voir son directeur pour savoir quoi faire, demander des permissions, poser des questions sur les paiements, la valeur de l'échange, le produit et la concurrence. Les concessions qui semblent tenter de ralentir le client par ce jeu oublient que les réponses à tous ces éléments se trouvent, de tout façon, sur l'Internet.

Est-ce possible qu'en agissant de la sorte, nous émettions le message que nous avons des choses à cacher? En tout cas, c'est ce que pensent les clients. Résultat : plusieurs importants manufacturiers mettent en place des systèmes informatiques et des sites WEB qui, eux, répondent aux questions du client de façon rapide, claire et nette, sans rien cacher.

Les concessions doivent donc s'intéresser au commerce électronique. Et ça presse! Nous devons établir un processus qui répondent à ce type de client. Il y a de l'argent à faire si nous sommes capables de hausser la crédibilité, l'intégrité et le professionnalisme de notre profession. Présentement, les ventes initiées par un contact via l'Internet ne représentent que 3% des ventes totales. Les prévisions veulent que ce chiffre passe à 20% d'ici 2 ans.

Écrit par Doug Chisholm
Formateur nationale
Les Professionnels de l'automobile