



Top 3 Constructeur Auto augmente ses ventes mensuelles de 6 % grâce à une gestion centrée sur l'e-réputation

Contexte

Les notes étoilées et les avis sont la première impression donnée par les concessionnaires aux acheteurs qui souhaitent acquérir un nouveau véhicule. Selon Automotive News, 91 % des acheteurs se basent sur les avis en ligne pour choisir leur concessionnaire.

Quelle est l'influence des notes et des avis en ligne sur le comportement de l'acheteur ?

Cette étude de cas, basée sur l'expérience de plus de 1 800 concessionnaires d'un des trois plus grands constructeurs automobiles, montre qu'une amélioration de 150 points du [Reputation Score](#) génère une augmentation de 6 % des ventes unitaires.

Industrie automobile



Entreprise

Grand constructeur auto
Américain avec plus de
1 800 concessions

Client depuis

2016

Objectifs

- Amélioration du Reputation Score de ses 1 800 concessionnaires basés aux États-Unis
- Augmentation du volume des avis tout en réduisant les opinions négatives
- Améliorer les notes étoilées dans toute l'organisation

Défi

Ce grand constructeur automobile, parmi les top 3 du secteur, était profondément convaincu du fort impact de l'engagement en matière de technologies numériques et de l'e-réputation sur la prise de décision du consommateur. En effet, 9 acheteurs de voitures sur 10 se fient désormais aux classements et aux avis en ligne avant de choisir leur concessionnaire. Le constructeur a pris conscience qu'à partir du moment où un acheteur potentiel pousse la porte d'une concession, ce n'est pas pour jeter un coup d'œil, mais bien pour acheter.

L'objectif du constructeur automobile était simple : pour augmenter son chiffre d'affaires à tous les niveaux, il était nécessaire d'améliorer l'expérience client, mesurée grâce au Reputation Score de Reputation.com, et ce pour l'ensemble de ses 1 800 concessionnaires basés aux États-Unis.



Solution

Reputation.com a collaboré avec le constructeur automobile pour augmenter le volume d'avis, améliorer les notes, et booster la notoriété des concessions dans les recherches locales, et ce pour ses 1 800 concessionnaires.

Grâce à la solution mise en place sur la plateforme de Reputation.com, les concessionnaires ont pu :

- Avoir accès aux avis publiés sur les sites spécialisés tels que Cars.com et les principaux sites de partage d'avis comme Google et Facebook
- Recevoir des alertes en temps réel dès la publication de nouveaux avis
- Comprendre leur Reputation Score et le comparer à celui de leurs concurrents
- Analyser le contenu des avis pour l'établissement de tendances dans les notes, l'opinion, les volumes d'avis, et le Reputation Score, parmi d'autres indicateurs
- Obtenir des enseignements opérationnels de qualité à partir des avis des retour d'expérience des clients
- Utiliser les points de vente et les enquêtes pour obtenir des avis authentiques de la part de clients



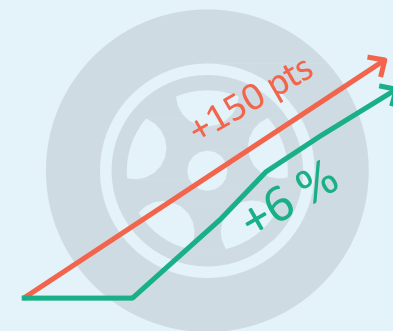
Résultats

En seulement six mois, le constructeur a pu enregistrer les bons résultats suivants :

- Le volume des avis a augmenté de 325 %
- Les opinions négatives ont chuté de 30 %
- Sa note moyenne est passée de 3,5 étoiles à 4,5 étoiles
- Le Reputation Score a progressé de 150 points.

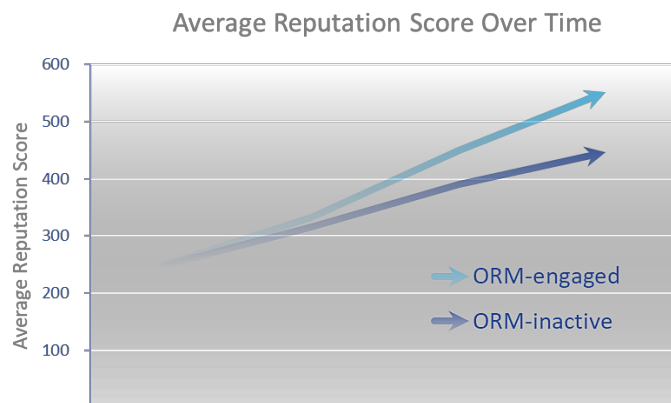
Mais l'amélioration la plus significative a concerné le chiffre d'affaires de l'entreprise, avec une moyenne des ventes désaisonnalisées en progression de 6 %.

POUR L'UN DES CONSTRUCTEURS AUTOMOBILES,
l'augmentation de 150 points du Reputation Score a
entraîné une hausse des ventes de 6 %

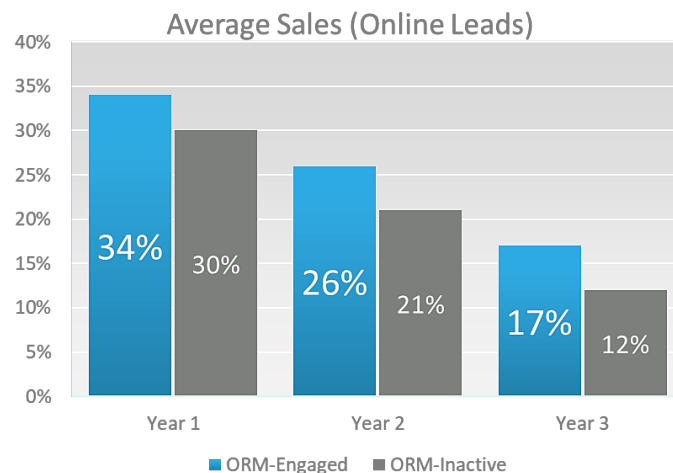


La gestion de l'e-réputation booste le ROI et le chiffre d'affaires

Parmi tous les établissements de la marque, les concessionnaires qui ont choisi d'adopter la solution Social Media Suite de Reputation.com ont pu toucher **40 %** de personnes supplémentaires par rapport aux autres. Par ailleurs, ces mêmes concessionnaires ont augmenté leur **taux de conversion jusqu'à 56 %** plus rapidement au second semestre de 2017, en comparaison avec le premier semestre.



En conséquence, les ventes en ligne des concessionnaires ayant opté pour des stratégies de gestion de l'e-réputation via la plateforme de Reputation.com ont **augmenté d'un ratio de 24 % plus rapidement** que celles des autres établissements.



À propos de Reputation.com

Reputation.com fournit une plateforme leader de sa catégorie de gestion de l'e-réputation à de grandes organisations possédant plusieurs établissements.

Nous aidons les entreprises à gérer la veille des avis et classements et à les optimiser, à améliorer l'expérience client et à booster le trafic, les visites et le chiffre d'affaires.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur reputation.com ou contactez-nous à l'adresse : contact-fr@reputation.com.