



[Actualités - Réseaux]

Le site auto-ies bat des records de fréquentation

Le site d'auto-ies atteint des records du nombre de ses visiteurs, se plaçant en tête des sites dédiés à l'automobile, juste derrière renault.fr et les forums. Surtout, ses résultats démontrent un engouement pour le commerce en ligne.

Entre le premier trimestre 2004 et le premier trimestre 2005, les ventes d'auto-ies ont connu une croissance de 110%. Pour Thierry Koenig, directeur général de la société, " *c'est le travail mené depuis trois ans qui porte ses fruits* ". Le groupe a ainsi enregistré 818 ventes de véhicules neufs via Internet en mars 2005. " *Ces résultats dépassent de loin les objectifs que nous nous étions fixés* , se félicite Thierry Koenig. *En mars dernier, nos ventes étaient de moitié* ."

Depuis trois ans, la société, qui a travaillé longtemps sur les autres canaux, a opéré un virage : 100% de ses clients sont maintenant des internautes. " *Nous avons d'abord gardé le téléphone* , commente Thierry Koenig. *Mais depuis un an, l'accès s'effectue exclusivement par Internet* ." Le principe consiste pour le client à se connecter, à choisir le véhicule, et à le configurer pour obtenir un devis en format pdf, dans lequel est indiquée la ligne directe du commercial. En février 2005, le site, qui propose tous les types de véhicules, a enregistré 309 000 visiteurs uniques, contre 60 000 en septembre 2004.

Avec l'évolution du produit, c'est aussi le profil des clients qui a changé. " *Il y a dix ans, nos acheteurs appartenaient plutôt à la catégorie CSP +, aujourd'hui, ils sont retraités à 22%* , remarque Thierry Koenig. *Nous comptons aussi de plus en plus de fonctionnaires* ." D'autre part, les commerciaux passent davantage de temps sur des ventes plus valorisantes. Les gens consultent les sites dédiés à l'auto, lisent les journaux et, finalement, effectuent leur propre étude de concurrence. " *Ils apprécient de profiter de remises sans avoir à négocier* ", affirme le directeur général d'auto-ies. Le prix moyen de ventes des véhicules se situe à 23 000 euros. La moyenne des remises tourne autour de 17 ou 18%, avec des disparités fortes selon les modèles.

En vente Internet pure, la société table sur près de 10 000 voitures cette année en France. Côté communication, la société déploie toute la panoplie du e-commerçant : liens sponsorisés, bannières, e-mailing, newsletters et opérations promotionnelles. Pour 2005, Auto-ies consacre à la communication un budget de 800 000 euros. " *Nous prévoyons d'exploser les ventes dans les 18 mois et de dupliquer l'initiative dans d'autres pays d'Europe en 2006* , explique Thierry Koenig. *Nous souhaitons également perfectionner le site en augmentant le nombre de fournisseurs* ." La société est en effet en recherche de partenaires, concessionnaires et importateurs, en France ou à l'étranger, afin de faire face à l'accroissement des volumes. " *Nous travaillons sur le champ de bataille européen* , commente Thierry Koenig. *L'Internet répond à la volonté du règlement européen de faire baisser les prix* ."

Samia Ouledcheikh
(12/05/2005)