

ÉTUDE

# #DRIVE NOUVEAUX ÉCLAIRAGES

La place du point de vente dans le  
parcours d'achat automobile



KANTAR TNS.

366  
#COMMUNITIES



# #DRIVE

3 153 interviews pour isoler  
le parcours des acheteurs  
d'automobiles neuves  
au cours des 12 derniers mois  
(18 ans et +).

Terrain du 06/09/2018  
au 10/09/2018 sur le panel  
propriétaire de 366.

KANTAR TNS.

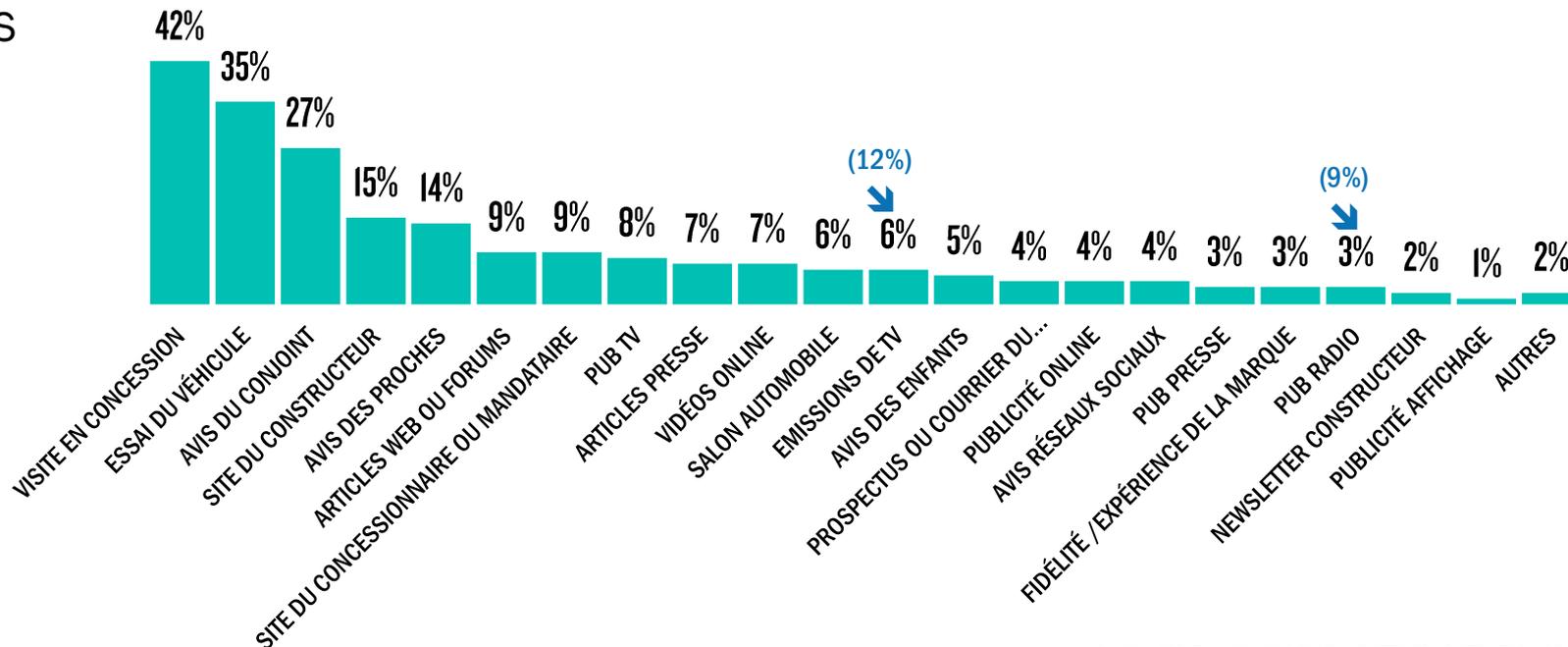
366  
#COMMUNITIES

# L'ACTE D'ACHAT AUTOMOBILE : DE NOMBREUX FACTEURS DÉCISIFS

KANTAR TNS.

366  
#COMMUNITIES

ENSEMBLE DE  
POINTS DE  
CONTACTS  
DÉCISIFS



#PANEL / 366 ET KANTAR TNS 2018 / ACHETEURS 12 DERNIERS MOIS

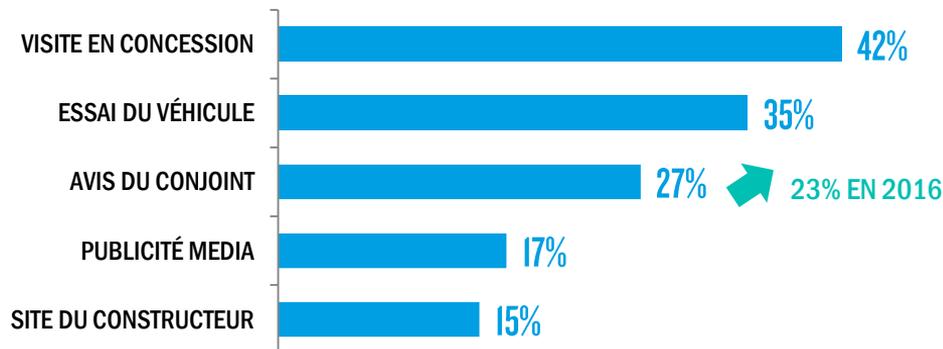
Q : PARI LES ÉLÉMENTS SUIVANTS, QUELS SONT CEUX QUI VOUS ONT AIDÉ À PRENDRE VOTRE DÉCISION SUR LE CHOIX DE LA MARQUE ET DU MODÈLE ?

# LE POINT DE VENTE : CLÉ D'ENTRÉE DU PARCOURS D'ACHAT AUTOMOBILE

KANTAR TNS.

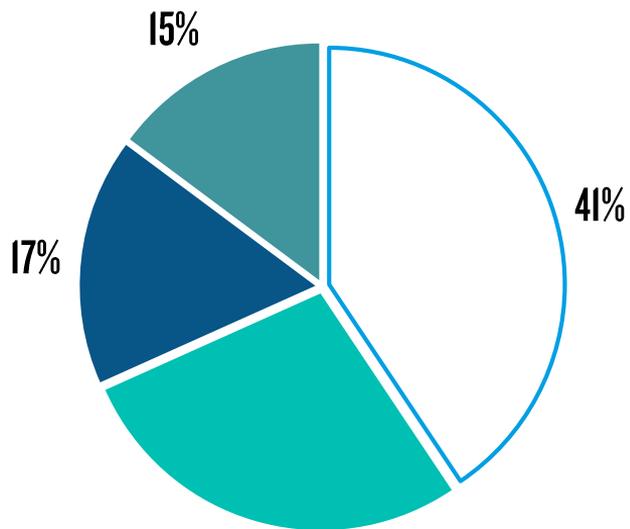
366  
#COMMUNITIES

SUR LES 27 POINTS  
DE CONTACTS  
ÉTUDIÉS,  
5 S'AVÈRENT  
PARTICULIÈREMENT  
DÉCISIFS DANS L'ACTE  
D'ACHAT.



# LA CONCESSION AU CŒUR DU PARCOURS, QU'ELLE SOIT PHYSIQUE OU VIRTUELLE

PREMIER  
POINT DE  
CONTACT  
DÉCISIF



- POINT DE VENTE
- ENTOURAGE / TIERS DE CONFIANCE
- INTERNET
- AUTRES



# LA CONCESSION, PASSAGE INCONTOURNABLE



61%

VS 65% EN 2016

des acheteurs de voitures neuves placent la concession dans les éléments décisifs de leur parcours d'achat.



41%

VS 40% EN 2016

2 acheteurs sur 5 placent la concession comme point d'entrée décisif de leur parcours d'achat et de choix automobile.



24%

VS 21% EN 2016

des acheteurs ont exclusivement fréquenté les points de vente pour finaliser leur décision d'achat de marque ou de modèle automobile.

# LA CONCESSION, LIEU PHYSIQUE AVEC LA MARQUE

ALLER EN  
CONCESSION, C'EST  
L'ASSURANCE DE  
VOIR, DE TOUCHER,  
D'ESSAYER SON  
VÉHICULE ET DE  
FINALISER SON  
L'ACHAT.

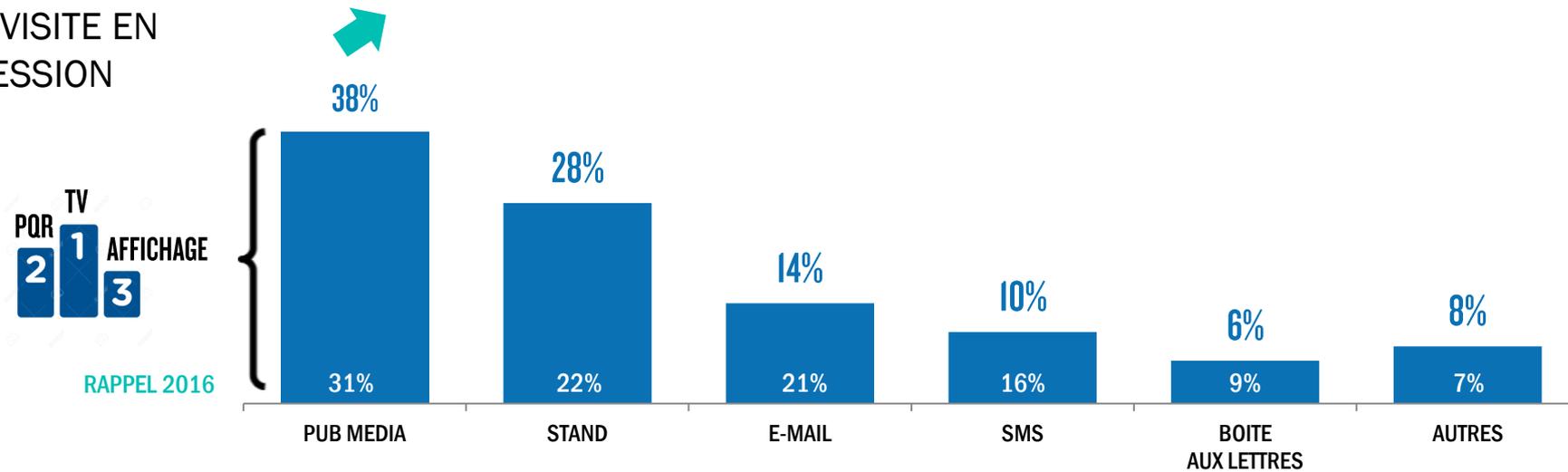


## RAISONS de se rendre en concession

RAPPEL  
2016

# QUELS SONT LES DÉCLENCHEURS DE LA VISITE EN PDV ?

LA PUBLICITÉ MEDIA, PLUS QUE JAMAIS DRIVER DE LA VISITE EN CONCESSION



## FACTEURS de la visite en concession



# INTERNET OU LA CONCESSION VIRTUELLE, L'AUTRE DRIVER DE L'ACHAT EN CONCESSION

KANTAR TNS.

366

#COMMUNITIES

# LE DIGITAL RESTE DÉTERMINANT DANS LE PARCOURS D'ACHAT AUTOMOBILE



31%

VS 35% EN 2016

des acheteurs de voitures neuves placent Internet dans les éléments décisifs de leur parcours d'achat.



17%

VS 17% EN 2016

Près d'1 acheteur sur 5 place Internet comme point d'entrée dans son parcours d'achat et de choix automobile.



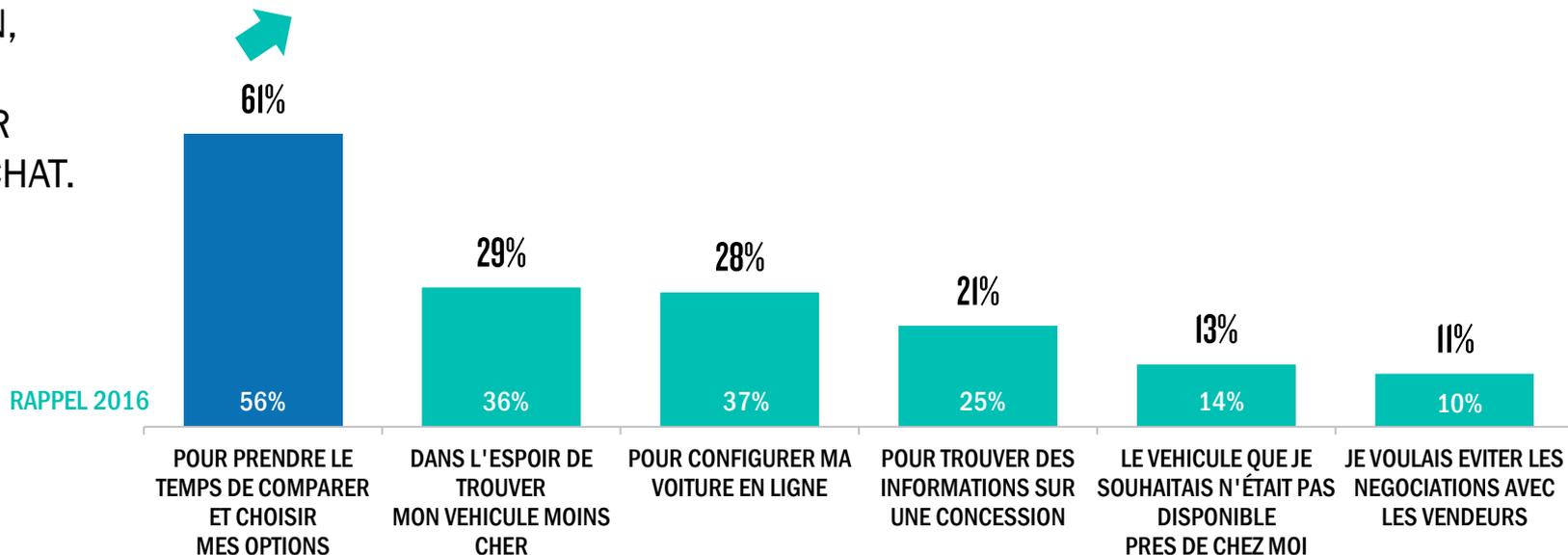
7%

VS 4% EN 2016

des acheteurs ont exclusivement utilisé Internet pour finaliser leur décision d'achat de marque ou de modèle automobile.

# UN ACHAT TOUJOURS PLUS RÉFLÉCHI

INTERNET, LE TEMPS DE LA RÉFLEXION, POUR COMPARER AVANT L'ACHAT.



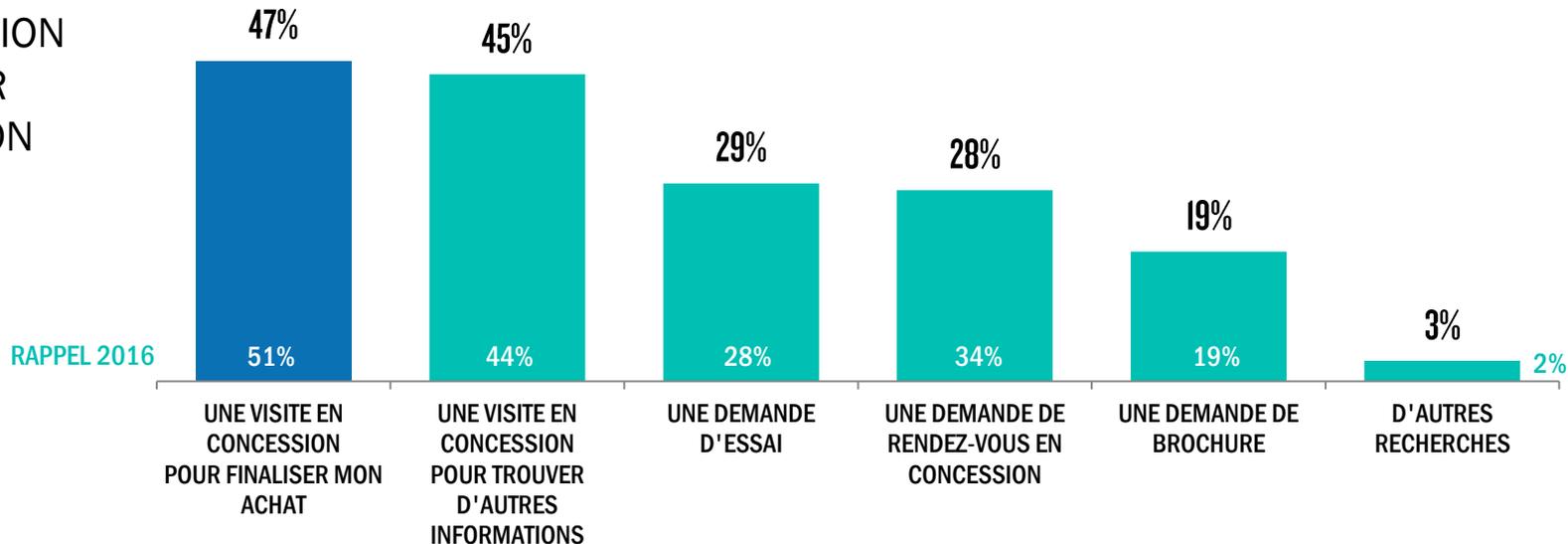
KANTAR TNS.

366  
#COMMUNITIES

## RAISONS de consulter Internet

# APRÈS LA RECHERCHE ONLINE, L'ACHAT CONCRET

84% (VS 85% EN 2016)  
DES ACHETEURS ONT  
PRIS RENDEZ-VOUS  
EN CONCESSION  
SUITE À LEUR  
CONSULTATION  
INTERNET.



**ACTION** suite à la consultation  
Internet

KANTAR TNS.

**366**  
#COMMUNITIES