

# Recherche en ligne vs. Achat en ligne

Décider quel outil convient à  
votre concession

## Il y a une grande différence entre la recherche en ligne et l'achat en ligne. Permettez-nous de vous l'expliquer.

Plus que jamais, les gens passent plus de temps à la maison et font des recherches avant de faire un achat important.

Alors que la plupart des visiteurs de votre site Web sont là pour faire leurs recherches de pré-achat, seuls 5 % d'entre eux sont réellement prêts à finaliser cet achat en ligne. Les résultats de recherche sont évidents. Les acheteurs de voitures veulent faire des recherches à domicile et acheter chez le concessionnaire.

### Seulement 5 %

des acheteurs de voitures sont prêts à conclure une transaction en ligne

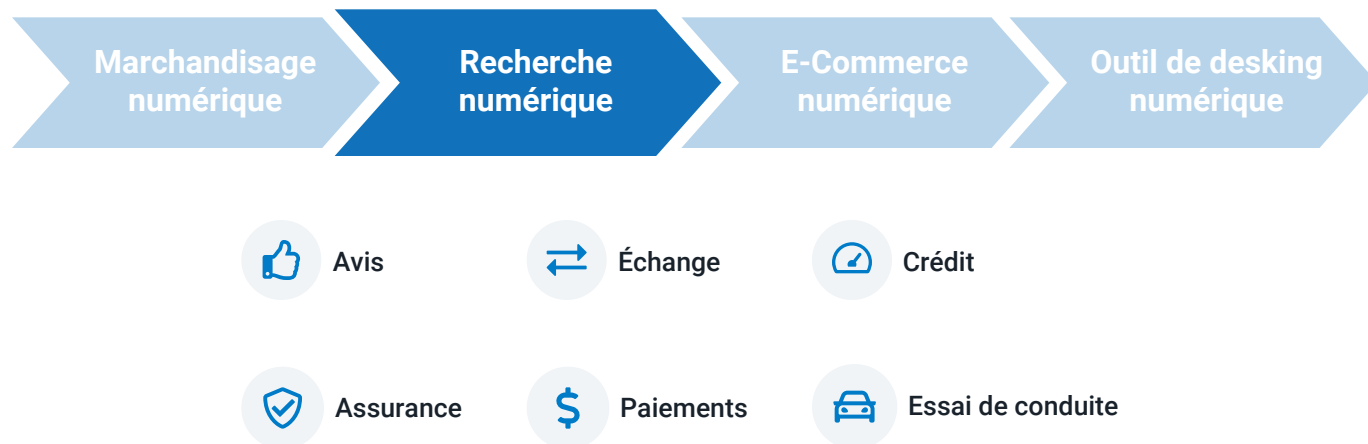
#### **Les outils de vente au détail numérique aident les consommateurs à rechercher un achat en ligne avant de conclure la transaction.**

Ces outils fonctionnent en harmonie avec la technologie et les processus actuels d'une entreprise, aidant à fournir aux clients potentiels des informations qui les rendent plus informés et plus confiants vis-à-vis l'achat qu'ils sont sur le point de faire, afin que, lorsqu'ils arrivent chez votre concessionnaire, ils vous connaissent, ils vous font confiance, et ils sont prêts à acheter.

#### **Les outils de commerce électronique aident les consommateurs à effectuer un achat en ligne.**

Ces outils introduisent de nouvelles technologies et de nouveaux processus dans une entreprise, aidant les clients arrivant sur un site Web prêt à acheter à finaliser leur achat sans quitter leur domicile.

## Voici un graphique expliquant où les outils AutoVerify entrent en jeu :



De nombreuses solutions de commerce électronique prétendent être un outil de vente au détail numérique, mais une fois que le consommateur clique pour obtenir une réponse à sa question de recherche, il est emmené dans un processus de commerce électronique qui n'est pas ce qu'il recherchait ou ce qu'il attendait. Le client n'a toujours pas reçu sa valeur d'échange ni sa cote de crédit, mais il s'est retrouvé dans une mauvaise expérience client et a peut-être développé une aversion pour le concessionnaire qui l'emmène vers le site.

**Les clients qui cliquent sur un outil promettant une valeur d'échange ou une cote de crédit recherchent une valeur d'échange ou une cote de crédit.**

Ils veulent avoir un aperçu de leur situation financière et de l'impact que cela aura sur l'achat d'un véhicule à l'avenir. Ils ne sont **pas** prêts à acheter.

Votre site web est votre opportunité de faire une bonne première impression sur ces acheteurs en ligne et de développer une relation de confiance. Assurez-vous que les outils de votre site Web gardent leurs promesses.

S'ils promettent une valeur d'échange, assurez-vous qu'ils offrent une valeur d'échange.

Cela semble si simple, n'est-ce pas ?

## Vente au détail numérique

## Commerce électronique

### Processus

Aide les consommateurs à effectuer des recherches en ligne.

Les outils de vente au détail numériques soutiennent votre personnel de vente et fonctionnent dans le cadre des processus et de la technologie actuels de votre concession.

Axé sur la facilitation et la clôture de la vente, permettant au client de finaliser son achat de véhicule en ligne.

Cela sort du processus actuel du concessionnaire en contournant le personnel de vente. Avant de s'engager dans cette voie, assurez-vous que votre équipe est formée pour gérer un processus dans lequel ils ne sont pas impliqués.

### Temps

Fonctions exécutées en 30 à 60 secondes.

Cela prend entre 20 et 45 minutes, ce qui est plus de temps que la plupart des visiteurs de votre site Web prévoient de passer sur votre site.

### Contrôle

Les outils de vente au détail numérique fournissent des pages d'informations (page de valeurs de reprise, plage de crédit, etc.), et non des nombres fixes. Cela permet au concessionnaire de contrôler les chiffres finaux utilisés dans la transaction.

Les outils de vente au détail électronique offrent des taux d'intérêt et des valeurs d'échange spécifiques - ils doivent le faire pour conclure une transaction. Cela laisse le contrôle des chiffres finaux utilisés dans l'accord aux mains de la technologie.

### Proportion

95 % des acheteurs de voitures visitant votre site Web souhaitent rechercher leur achat en ligne, puis finaliser la vente chez le concessionnaire.

Seulement 5 % des acheteurs de voitures sont prêts à conclure une transaction en ligne. La plupart visitent votre site Web pour s'informer sur un achat qui se produira chez un concessionnaire.

## Vente au détail numérique

## Commerce électronique

### Accès

Des outils de vente au détail numériques sont disponibles pour prendre en charge chaque étape du parcours d'achat et sont accessibles sur chaque page du site Web d'un concessionnaire.

Les outils de commerce électronique ne sont accessibles que via les VDP's sur votre site web. Vous pouvez les voir annoncer sous forme de bannière ailleurs sur le site, mais ce n'est pas la même chose qu'avoir un endroit dédié sur la page d'accueil.

### Mobile

Les outils AutoVerify sont optimisés pour les appareils mobiles, ce qui signifie qu'ils ont été conçus pour s'adapter à n'importe quel appareil mobile sur le marché. Cela offre une meilleure expérience client.

La plupart des outils de commerce électronique sont plus adaptés aux appareils mobiles qu'optimisés pour les appareils mobiles.

### Garantie

AutoVerify garantit un retour sur investissement 3X, chaque mois ! \* On ne vous demandera jamais de signer un contrat et nos intégrations sont rapides et simples.

\* Basé sur un accord de partage de données.

Les outils de commerce électronique ne garantissent pas le retour sur investissement, et nécessitent des contrats annuels et de longues périodes d'intégration.

En permettant aux clients d'obtenir leur cote de crédit avant de faire demande pour le financement, les concessionnaires peuvent leur présenter des véhicules abordables, et créer une meilleure expérience client dans la concession.

## **Vous connaissez la différence entre les outils de vente au détail numérique et les outils de commerce électronique. Vous connaissez votre équipe, vos processus de concession et vos clients.**

Avec toutes ces connaissances, voici quelques questions à vous poser lorsque vous choisissez un fournisseur de vente au détail numérique :

- Avec cet outil, l'utilisateur obtient-il des réponses en moins d'une minute ?
- L'utilisateur obtient-il un profil de crédit qui n'affecte pas sa cote de crédit ? Si oui, est-il également envoyé au concessionnaire ?
- L'utilisateur peut-il obtenir un devis d'assurance avec cet outil ?
- Peuvent-ils réserver un essai routier ?
- Les outils donnent-ils réellement des résultats ? Avez-vous parlé à un concessionnaire qui les utilise et demandé leur opinion ?
- Avez-vous examiné vos services actuels ? Êtes-vous satisfait(e) du retour sur investissement qu'ils fournissent ?
- Si vous recherchez une solution d'achat en ligne, avez-vous préparé votre équipe commerciale à utiliser un outil qui les contourne ?
- La plateforme d'avis que vous utilisez génère-t-elle des leads pour vous ?
- Les outils de votre site fonctionnent-ils ensemble ? Se soutiennent-ils ?
- Vos outils génèrent-ils un retour sur investissement ? Le garantissent-ils ? Les nôtres le font !

Examiner ces informations et vous familiariser avec les différences entre la recherche en ligne et l'achat en ligne vous aidera à prendre les décisions qui conviennent à votre concession, à votre personnel et à vos clients.

Si vous avez encore des questions, veuillez contacter l'équipe AutoVerify.

Nous sommes heureux de vous aider.