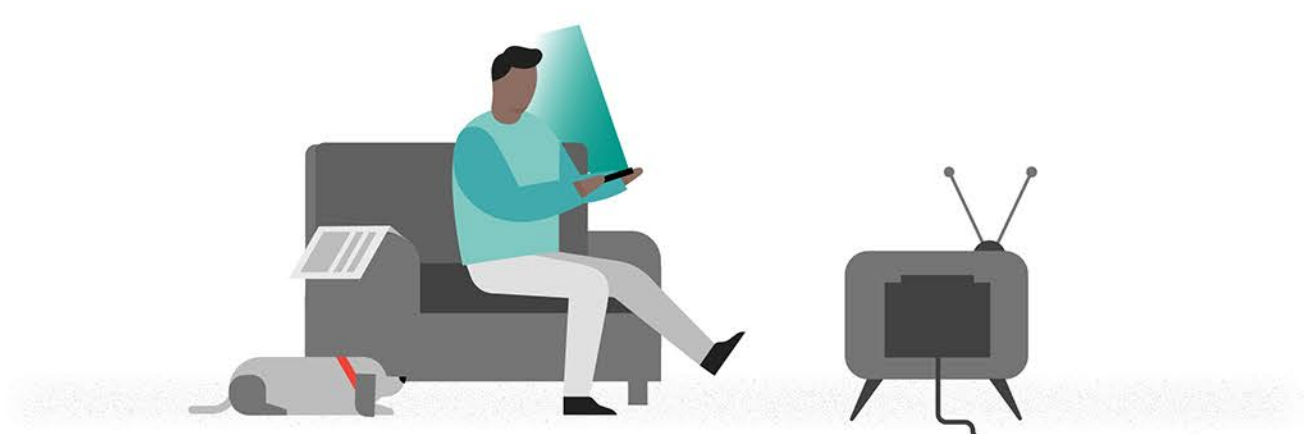


5 moments qui comptent pour les marques automobiles



#1. QUELLE EST LA MEILLEURE VOITURE ?

Les consommateurs ont souvent le réflexe online pour leurs recherches de voiture, et ces premiers moments sont de plus en plus influencés par la vidéo.

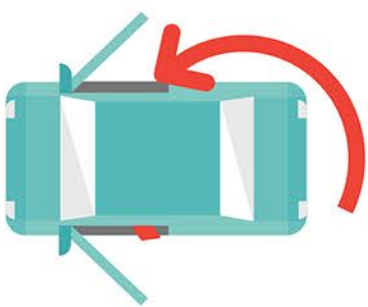


69 %

des personnes, qui utilisent YouTube dans leur parcours d'achat automobile, sont davantage influencées par la plateforme que par la TV, les journaux ou les magazines².

#2. CE PRODUIT RÉPOND-IL À MES BESOINS ?

Lors du parcours d'achat automobile, les acheteurs se posent souvent des questions concrètes telles que « ce modèle correspond-il à mes besoins et à mon style de vie ? »



Le temps passé à regarder des vidéos auto (essais sur route, présentation des caractéristiques et options, description de l'intérieur et l'extérieur du véhicule, etc.) a presque **doublé en un an**.



Les requêtes sur le volume du coffre des voitures et le remorquage ont bondi de 15% et 30% respectivement sur un an.

#3. PUIS-JE ME LE PERMETTRE ?

Une fois que le consommateur a trouvé un véhicule qui lui correspond, il doit décider s'il peut se permettre de l'acheter.



En hausse de 25% sur un an, les requêtes sur les prix de vente conseillés par les fabricants et les grilles tarifaires n'ont jamais été aussi élevées. Cette progression s'explique largement par le mobile, qui représente 70% de ces recherches.

#4. OÙ ACHETER ?

Si le parcours d'achat automobile se fait en grande partie online, les consommateurs recherchent toujours un concessionnaire au moment de finaliser l'achat.



Les requêtes « concessionnaires automobiles à proximité » ont doublé en un an.

33 %

33% des acheteurs auto, qui utilisent leur mobile pendant le parcours d'achat, localisent ou appellent un concessionnaire avec leur smartphone.

#5. CE PRODUIT RÉPOND-IL À MES BESOINS ?

Même en concession, les acheteurs auto consultent leur mobile pour être certains de faire une bonne affaire.



Aujourd'hui, la moitié des acheteurs auto, qui ont un device mobile, utilisent leur smartphone en concession.



En concession, les consommateurs utilisent principalement leur smartphone pour confirmer que le prix du véhicule est intéressant.

SOURCES

- 1,9 Étude Google/TNS sur les acheteurs de voitures, États-Unis, 2015. Baromètre Consommateur, n=500.
- 2 Rapport "TNS Media Consumption", 2015.
- 3 Données internes Google, comparatif entre janvier-septembre 2015 et janvier-septembre 2014, États-Unis. Le classement des vidéos dans la catégorie "avis sur des voitures", "Qu'est-ce qu'il y a dans ma voiture ?" et "visite d'une voiture" s'appuie sur des données publiques (titres, tags, etc.). Il peut ne pas prendre en compte toutes les vidéos de ce type disponibles sur YouTube.
- 4,7 Google Trends, comparatif entre juillet 2015 et juillet 2014, États-Unis.
- 5 Google Trends, janvier 2004-septembre 2015, États-Unis.
- 6 Données internes Google, 2-15 septembre, États-Unis.
- 8,10 Millward Brown Digital and Polk, "Automotive Shopper Path to Purchase", septembre 2015, États-Unis.