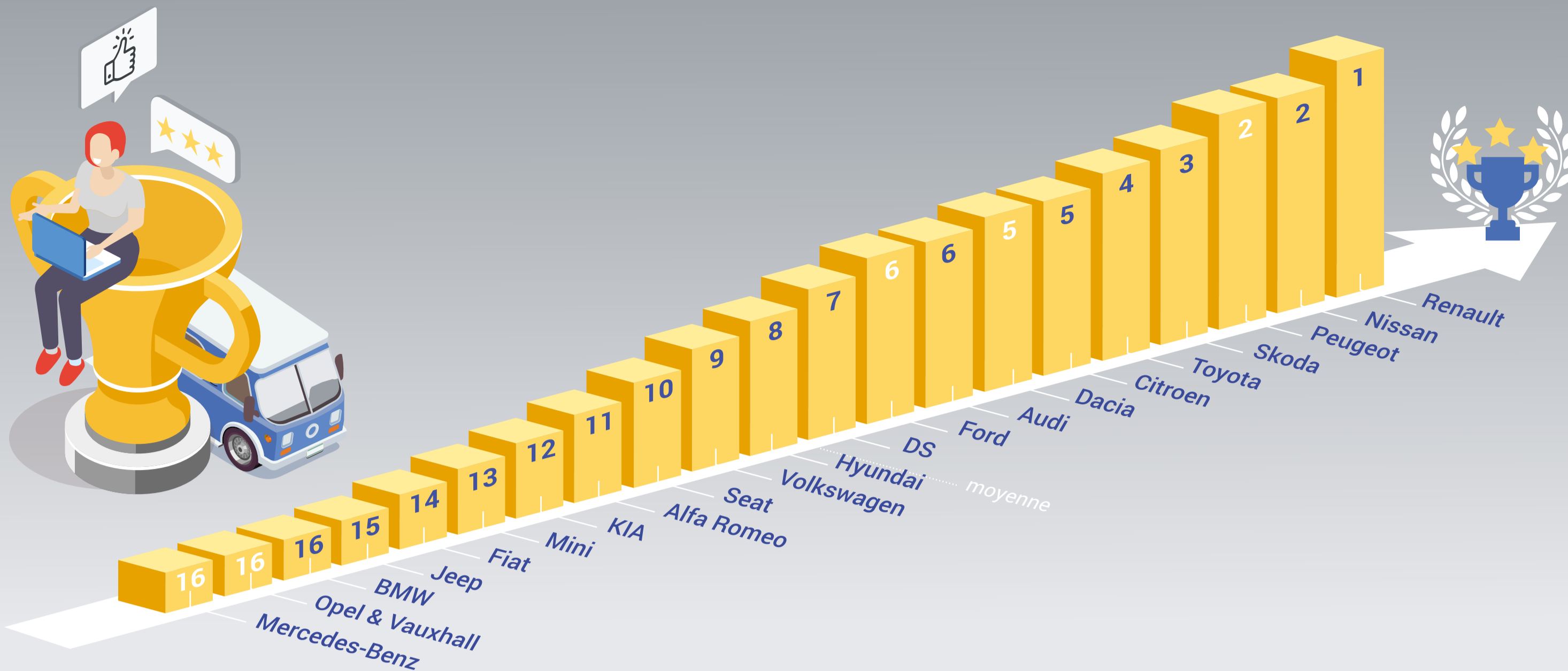


Classement par constructeur

Classement des constructeurs actifs en France, selon leurs performances sur les 50 critères clés à adopter pour une expérience online-to-offline sans friction.



Top 3 constructeur par principe omnicanal

Les constructeurs les plus performants sur la base de 50 critères regroupés en 6 grands principes omnicanaux.

Landing Page mobile

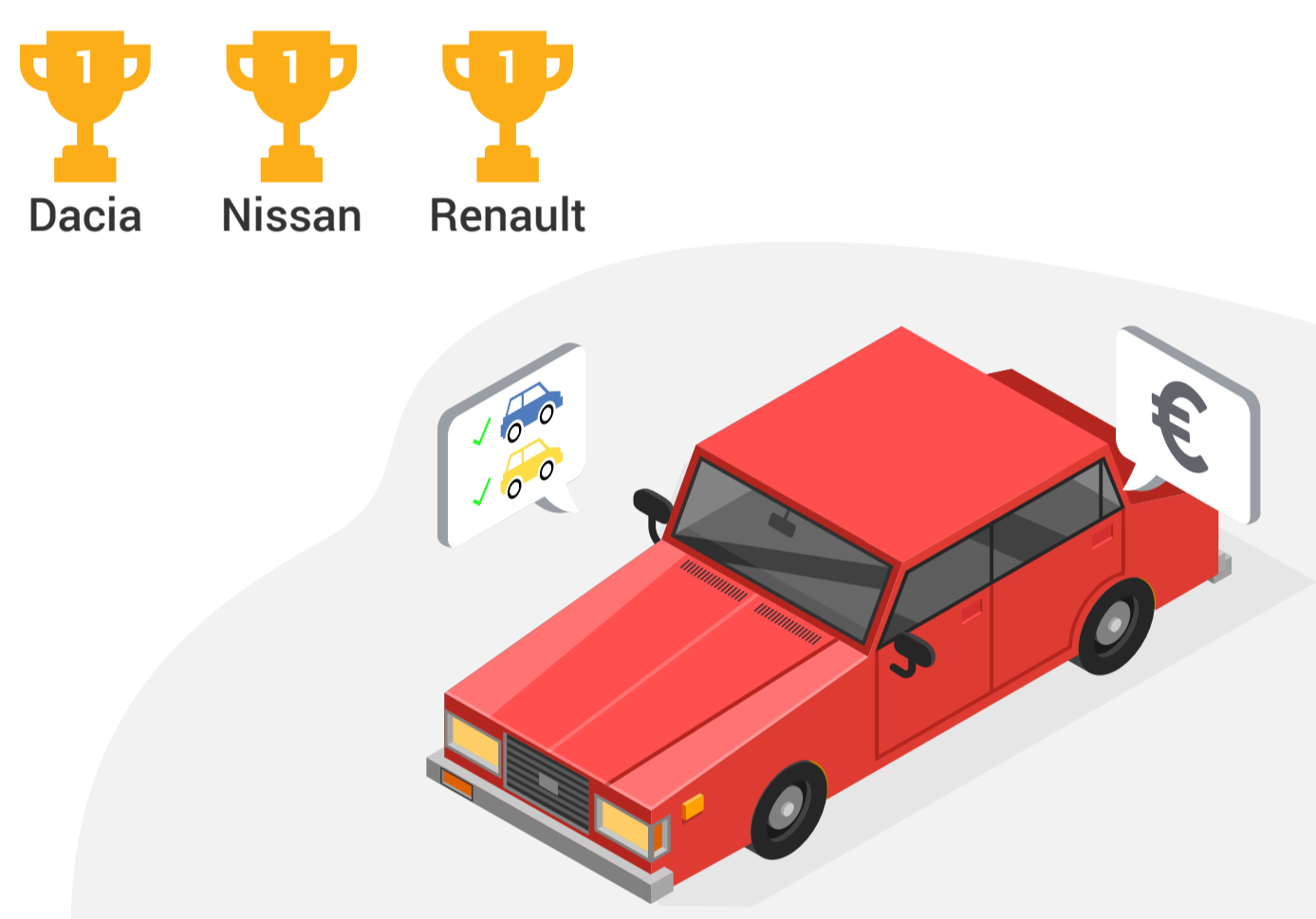
Dacia gagne la course sur cet item notamment grâce à des landing pages optimisées qui se chargent en moins de 5 secondes sur smartphone et une vraie culture de la vitesse au sein de l'entreprise. Des technologies comme les Accelerated Mobile Pages permettent aujourd'hui de construire des landing pages qui se chargent en moins d'1 seconde et décuplent ainsi leurs chances de convertir.



Informations Produit

Dacia, Nissan et Renault ont bien compris l'importance de présenter clairement les informations clés liées à leurs véhicules, notamment sur mobile, car elles répondent aux vraies interrogations que se posent les utilisateurs :

- quelles sont les offres en cours ?
- quel véhicule me correspond au sein d'une gamme constructeur ?
- comment varie le tarif d'un véhicule en fonction des options choisies ?
- combien coûte vraiment la voiture une fois configurée ?



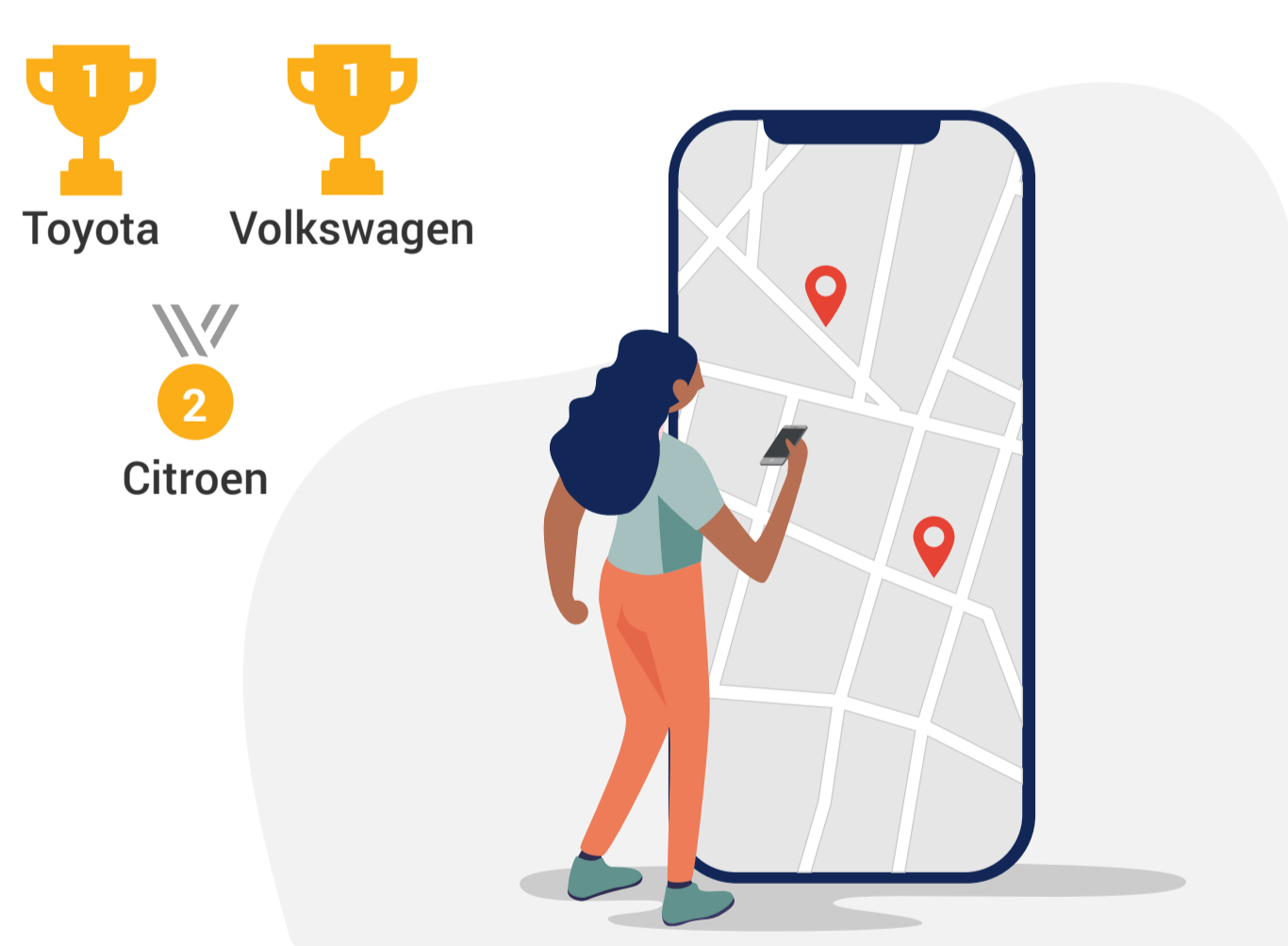
Conversions en ligne

Dacia, DS et Peugeot ont porté une attention particulière à l'optimisation de l'expérience de conversion sur leurs sites. La prise de rendez-vous en concession est possible en quelques clics, l'expérience de configuration d'un véhicule est pensée en mobile-first et les formulaires d'information sont fluides et sans friction pour faciliter la vie des utilisateurs.



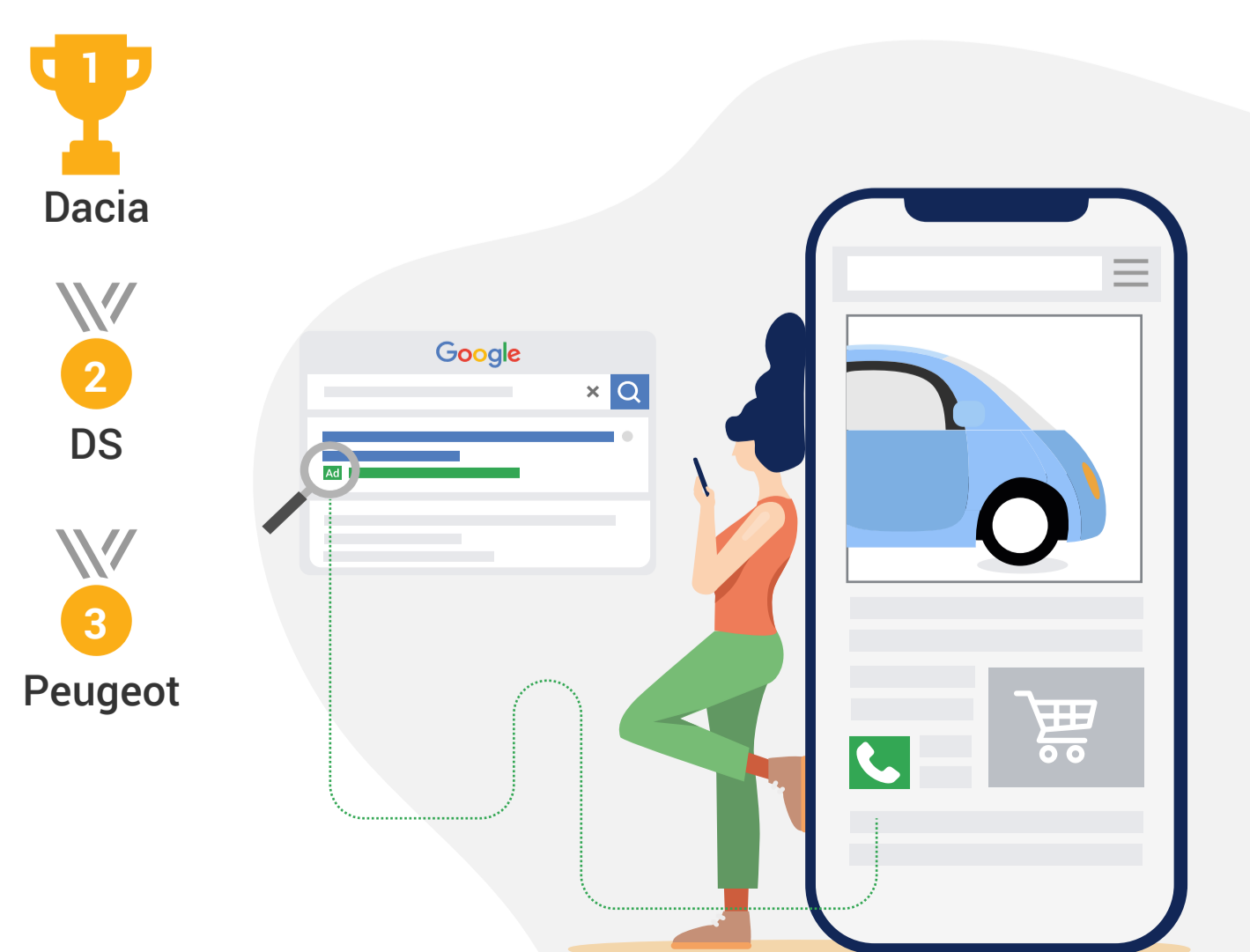
Informations concession

Toyota et Volkswagen s'illustrent par la facilité d'accès à leur store-locator riche d'information sur les concessions à proximité (avis des utilisateurs, horaires à jour et click-to-call). Des acteurs comme Peugeot innovent en utilisant des "campagnes locales" sur Google Ads qui ciblent sur Maps des utilisateurs en fin de parcours ayant une forte intention de visite en point de vente.



Appels à concession

Renault, Audi et Skoda mettent en place des annonces permettant aux utilisateurs de joindre des concessions par téléphone directement depuis le moteur de recherche Google. Le volume et la qualité de ces appels est également mesuré et optimisé grâce à des technologies Google ou de partenaires tiers.



Mesure Online-to-offline

Les constructeurs les plus avancés réconcilient les visites et commandes en concession avec les parcours digitaux des utilisateurs pour évaluer la performance de leurs investissements médias et digitaux à l'aune de leur impact réel sur le chiffre d'affaire. À ce jeu, Peugeot, Renault et Skoda sortent du lot.

