



**MOTORIK**

**LA CLÉ DE LA RÉUSSITE  
DE VOTRE CONCESSION :**

Guide d'une  
réputation en  
ligne performante

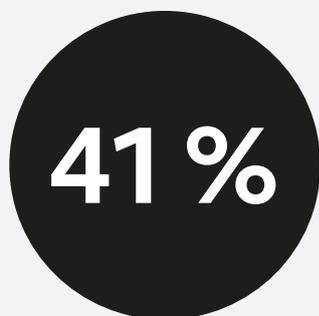
## 1. LE CHALLENGE DE L'E-RÉPUTATION POUR LES CONCESSIONNAIRES

Sur le marché hautement concurrentiel de la vente automobile, où la confiance et la réputation sont cruciales, **la gestion de la réputation en ligne est devenue un élément clé de réussite**. Définie comme le processus consistant à façonner et à maintenir l'image de marque sur les plateformes digitales, l'e-réputation consiste à répondre aux commentaires négatifs, à cultiver ceux positifs et à suivre l'évolution de la marque. L'impact de la réputation en ligne est particulièrement important dans le secteur automobile, où les consommateurs sont fortement influencés par l'image des concessionnaires :



des acheteurs de voitures choisissent un concessionnaire en fonction de sa réputation en ligne

(Source : Sales Fuel)



des consommateurs lisent au moins cinq avis avant de se rendre chez un concessionnaire

(Source : The Automotive Reputation Report 2021)

Malgré les avantages indéniables d'une gestion efficace de la réputation en ligne, les concessionnaires sont confrontés à **plusieurs défis**. La plupart d'entre eux peinent à générer suffisamment d'avis positifs en ligne pour améliorer leur note par rapport à leurs concurrents. Les clients insatisfaits sont en effet plus susceptibles de laisser des avis négatifs sur diverses plateformes, ce qui a un impact sur la note globale de la concession et dissuade les acheteurs potentiels. Après la vente, collecter des avis positifs devient encore plus complexe. Ceci représente un obstacle à la croissance durable de l'entreprise.

## 2. POURQUOI CONSIDÉRER L'E-RÉPUTATION ?

En nous penchant sur l'importance de la gestion de l'e-réputation, nous explorons non seulement les challenges mais aussi les avantages stratégiques qu'elle offre. Découvrons pourquoi une gestion efficace de l'e-réputation n'est pas seulement une nécessité, mais un puissant catalyseur de succès dans l'industrie automobile.



### ATTIRER PLUS DE PROSPECTS

L'augmentation de la visibilité en ligne par le biais d'avis positifs attire automatiquement plus de clients. Une meilleure e-réputation entraîne un plus grand nombre d'avis positifs, créant ainsi un cercle vertueux d'engagement des acheteurs potentiels.



### FIDÉLISER LES CLIENTS

Des réponses rapides aux commentaires négatifs minimisent la perte de clientèle. En répondant rapidement aux inquiétudes, les concessionnaires peuvent éviter les mauvaises critiques, préservant ainsi leur réputation en ligne et la confiance de leurs clients.



### DÉVELOPPER L'ENTREPRISE

L'optimisation des performances de l'entreprise grâce aux commentaires des clients constitue un avantage stratégique. Sur la base des commentaires clients, les acteurs du secteur automobile peuvent effectuer une analyse complète des performances pour chaque concession, marque et service, ce qui leur permet de fournir des informations détaillées pour une croissance durable.

## 3. LA PUISSANCE DE FIDSPARK POUR LA GESTION DE LA RÉPUTATION EN LIGNE

Dans ce contexte, FidSparK apparaît comme un outil qui change la donne. Développé par MotorK, leader des solutions SaaS pour la distribution automobile, FidSparK est un outil de gestion de la réputation en ligne spécialement conçu pour les concessionnaires et les constructeurs automobiles. FidSparK ne se contente pas **d'automatiser la collecte des commentaires**, mais organise également les avis provenant de diverses sources, permettant ainsi d'obtenir des informations en temps réel sur les performances de la concession.

## Comment fonctionne FidSpark:



### L'automatisation au service de l'efficacité :

FidSpark automatise la collecte des commentaires, ce qui permet aux collaborateurs de la concession d'économiser du temps et des efforts.



### L'IA intégrée pour des réponses efficaces :

Une intégration avec OpenAI permet des réponses intelligentes aux commentaires, améliorant ainsi l'interaction avec l'utilisateur.



### L'analyse globale des performances :

FidSpark, associé aux outils de CRM et de marketing prédictif MotorK, permet aux concessionnaires de travailler de manière précise sur l'expérience client, en anticipant les besoins des consommateurs exigeants du secteur automobile.

## 4. L'IMPACT COMMERCIAL DE LA GESTION DE L'E-RÉPUTATION : UNE ÉTUDE DE CAS

Les résultats de l'investissement dans FidSpark sont convaincants. En gérant efficacement les avis en ligne, FidSpark transforme non seulement les clients mécontents en ambassadeurs de la marque, démontrant ainsi l'impact d'une stratégie de réputation en ligne bien exécutée, mais améliore également les performances de l'entreprise.

L'analyse de MotorK portant sur plus de 1 500 concessions démontre les principaux aspects de la puissance de FidSpark :



d'augmentation en moyenne du nombre d'avis après l'utilisation de l'outil d'e-réputation

**+608**

impressions sur le site web du concessionnaire

**+0,1**

d'augmentation de la note moyenne sur Google chaque mois

La même étude révèle que l'investissement dans cet outil d'e-réputation génère un **retour sur investissement de 32 fois en un an**, avec **8 % du chiffre d'affaires provenant d'une approche de récupération stratégique**.

En moyenne, les concessionnaires ont enregistré une augmentation de **130 000 euros** de leur chiffre d'affaires\*, qui se décompose comme suit :

**10 000 €**

provenant de la récupération de clients insatisfaits

**32 000 €**

provenant de l'augmentation des ventes de voitures grâce à des prospects supplémentaires

**88 000 €**

de revenus supplémentaires attribués à une meilleure visibilité.

Analyse interne de MotorK du 01.01.2022 au 01.06.2023

La corrélation entre la gestion efficace de l'e-réputation et le succès des concessionnaires automobiles est évidente. FidSparK apparaît non seulement comme un outil mais aussi comme la force motrice de cette réussite. Alors que les concessionnaires entrent dans l'ère numérique, le déploiement stratégique d'outils tels que FidSparK devient impératif, non seulement pour relever le défi de l'e-réputation, mais aussi pour prospérer dans un environnement où l'image et la confiance sont essentielles.

# MOTORIK



“Pour les utilisateurs, il est aujourd'hui évident de se fier aux avis lorsqu'ils recherchent un bien ou un service : Il s'agit déjà d'une pratique courante dans divers secteurs, notamment les biens de consommation, les voyages, les services et les divertissements. Ce qui manquait au secteur automobile, c'était une solution qui nous permette de prendre le contrôle total du processus de génération et d'entretien de la confiance en ligne et qui, grâce à l'intégration de l'intelligence artificielle, nous permette également d'interagir efficacement avec les utilisateurs”.

**Marco Marlia**  
CEO de MotorK

Êtes-vous prêt à relever les challenges  
de l'e-réputation?

DÉCOUVREZ FIDSPARK