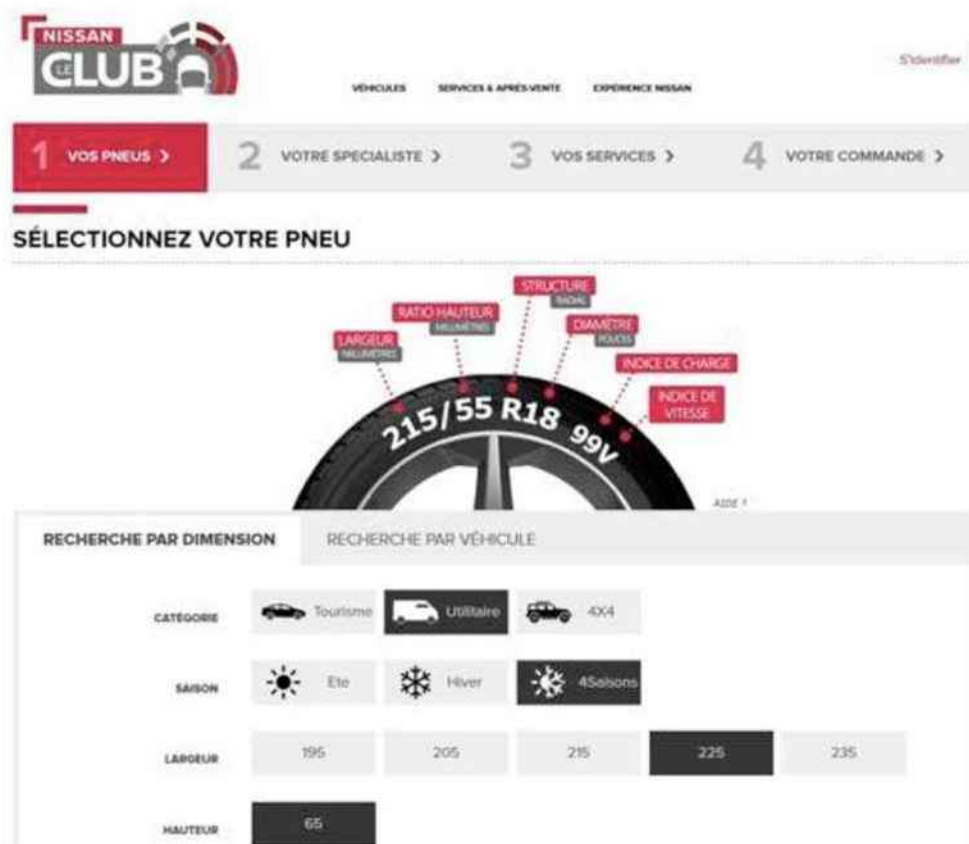




Nissan lance un site d'e-commerce pour la vente de pneumatiques

Benoit Landre



Afin de booster le chiffre d'affaires après-vente des concessions et reconquérir des clients qui ont déserté les points de vente, Nissan vient de lancer la nouvelle le site web nissan-leclub.fr. Conçue en partenariat avec Pneu Wyz, cette vitrine propose aux clients de la marque de commander leurs pneumatiques en ligne. L'automobiliste paye sur le site web le prix du pneu ainsi que le montage (fixé à 19,50€) qui sera réalisé au sein de la concession de son choix. Une fois que la commande a été réglée, le ou les pneumatiques sont expédiés chez le distributeur dans les 24 heures depuis le site du fabricant (Bridgestone, Continental, Dunlop et Goodyear selon les caractéristiques du pneu).

« Le pneumatique est le produit le plus recherché dans les requêtes en ligne. Il s'agit également du produit sur lequel les performances des réseaux constructeur sont le plus mitigées, explique Soufiane El Khomri, responsable après-vente de Nissan. Nous ne sommes pas sur le même modèle que certains pure players qui changent les prix quinze fois par jour. Selon les pneumatiques proposés, nous serons parfois très compétitifs et d'autres fois dans la moyenne du marché ».



Des "mini-sites" pour la prise de rendez-vous en ligne

Dans un deuxième temps, Nissan Le Club devrait y proposer des accessoires (barre de toit, coffre de toit), voire des prestations d'entretien et de révision. Un « e-carnet de santé » est également en phase de développement afin de permettre aux clients Nissan de visualiser l'historique de leurs interventions. D'abord testée en Île-de-France, avec l'appui des concessions du groupe Daumont, la vitrine sera opérationnelle dans toute la France dans les prochains mois.

Sur le plan du digital, Nissan ne compte s'arrêter en si bon chemin puisque la marque déploiera **en juin 2018 des « mini-sites Internet », personnalisés pour chaque concessionnaire**, qui permettront de faciliter et optimiser la prise de rendez-vous en ligne pour l'après-vente. Chaque prise de rendez-vous sera ainsi déterminée en fonction de l'agenda du distributeur, action peu évidente jusqu'ici avec une vitrine nationale.