



Avec son Club, Nissan digitalise l'après-vente

Actuellement en phase de tests, la nouvelle plateforme web de Nissan ambitionne de générer de l'activité en atelier grâce à la vente de prestations APV sur la toile. Une démarche qui s'articule dans un premier temps autour de l'activité pneumatique.

Tandis que la marque a réalisé un exercice 2017 favorable sur le marché français avec une croissance de 3,5 % de ses immatriculations (71 472 VN écoulés), Nissan entend consolider son développement en misant notamment sur l'après-vente. Une thématique chère à la firme de l'Alliance qui souhaite aller encore plus loin.

Les opérations menées ces dernières années ont déjà permis de faire passer le délai moyen des rendez-vous de 9,7 à 6,3 jours ou encore d'améliorer de 2,6 points le taux de rétention client par l'apport de VR gratuits, du lavage extérieur systématique des véhicules ou en offrant le diagnostic. Conséquence directe : *"L'activité après-vente contribue à hauteur de 40 % (+10 %) de la rentabilité d'une concession Nissan, soit autant que le VN, quand le VO n'y contribue que pour 20 %"*, se félicite **Soufiane El Khomri**, directeur après-vente France. Pour préserver cette dynamique, le digital va prendre à l'avenir une place centrale dans l'activité.

Deuxième cause d'entrée en atelier

Dès le mois de juin, de nouveaux sites Internet seront déployés dans le réseau, avec notamment un accès direct au planning pour les clients. En outre, la marque vient de créer le Club, une nouvelle plateforme, en test actuellement au sein du groupe **Daumont**, en Ile-de-France. Ce nouveau site Internet, réalisé en partenariat avec **Wyz**, va notamment proposer dans un premier temps la vente de pneumatiques et le montage en concession.

Une façon de capitaliser sur cette activité vertueuse (deuxième facteur d'entrée atelier) tout en se servant du net comme levier de croissance. Alors que les premières commandes ont été enregistrées début avril, le déploiement "grandeur nature" de ce nouvel outil reste à définir. Une chose est sûre : le "Club" complètera son offre dans un second temps avec de la vente de prestations d'entretien, d'accessoires ou encore avec la gestion d'un e-carnet d'entretien en ligne.