



CARDOEN

Le processus de vente peut être entièrement digital, livraison comprise.

# Pas de vente digitale sans confiance

*En ces temps de covid, non seulement la popularité de la voiture comme solution de mobilité est grande mais la volonté d'acheter un véhicule entièrement en ligne est croissante. Le service n'est pas nouveau mais l'offre est encore rare. "Son succès dépend de la confiance du client et celle-ci ne peut être trahie", peut-on entendre.*

Michaël Vandamme

On a appris il y a quelque temps que le vendeur d'occasion Cardoen joue la carte digitale à fond. Acheter une voiture en ligne sans le moindre déplacement physique relève désormais du possible. Et à l'instar d'autres colis, la livraison se fait à domicile. Le parallélisme va d'ailleurs beaucoup plus loin. Les consommateurs jouissent de 15 jours de temps de réflexion. Quiconque veut revenir sur sa décision ramène tout simplement la voiture. De plus, s'il a été parcouru moins de 1 000 km et que le véhicule n'a subi aucun dommage, Cardoen rembourse non seulement le prix d'achat mais aussi l'intégralité des frais d'inscription. Voilà en quelques mots le service proposé.

## Popularité de la voiture

Des résultats du sondage covid-19 Mobility Survey de Carnext.com (qui propose des services similaires), il ressort que 31 % des gens sont plus enclins à acheter une voiture en ligne. Une certaine tendance semble se dégager. Ainsi la même enquête nous apprend que la voiture privée l'emporte clairement sur les autres solutions de mobilité. 81 % des sondés déclarent avoir davantage tendance à prendre le

volant plutôt que d'emprunter les transports en commun. Du reste, une large majorité de 60 % ne se sent pas entièrement en sécurité ("un peu ou très peu en sécurité") dans les autres formules de voiture partagée et de co-voiturage. Et enfin : pour les vacances, 84 % préfèrent prendre la route que l'avion. C'est dans ce contexte qu'il faut situer la démarche de Cardoen.

## Activité Internet croissante

"À l'issue du premier confinement, nous avons remarqué que le consommateur a de plus en plus envie d'acheter sa voiture en ligne", explique le co-CEO Wim Bruggeman. "Les derniers mois, le showroom enregistre une baisse de fréquentation de 5 % mais en même temps nous constatons une hausse importante de 20 % du trafic sur notre site Internet. Depuis mars, pas moins d'un tiers des ventes est parti d'une réservation sur notre site Internet." Tout le processus de vente est numérique. Ce qui veut dire que l'acheteur potentiel peut examiner le véhicule par le biais de supports bien connus tels que des photos et vidéos mais qu'il peut aussi organiser une visioconférence avec le vendeur. Le droit de retour de 14 jours est courant. Mais la grande partie de

l'offre ayant 0 km au compteur, nous remboursons également les frais d'inscription à condition que le véhicule n'ait pas été endommagé et n'ait pas parcouru plus de 1 000 km.

## Transparence

Ce trajet numérique ne peut réussir que si la confiance règne et n'est pas trahie. "Plus de 80 % des voitures sont neuves et comptent 0 km au compteur", ajoute Wim Bruggeman. "Les occasions font l'objet de normes strictes et nous en garantissons toujours la qualité. Chez nous les clients peuvent opter pour une période de garantie de sept ans. Lorsqu'il y a des frais supplémentaires, nous les prenons en charge." Chez CarNext aussi on insiste sur cette confiance. "Nous contrôlons étroitement toute la chaîne que parcourt le véhicule," a déclaré son CEO, Ewout van Jarwaarde, lors de l'inauguration d'une concession à Liège en novembre 2019 (CarNext est présent sur le marché depuis mars 2018). "Nous n'acceptons que des voitures de moins de cinq ans et le kilométrage doit être exact. Un expert indépendant vérifie en outre 228 points sur chaque véhicule proposé."