

e-commerce : Ford accélère sur l'achat de voiture 100% digitalisé

Ready. Shop. Go. L'injonction du nouveau site de e-commerce de Ford a l'avantage d'être claire. Le constructeur automobile américain veut simplifier l'achat en ligne d'un véhicule en ligne. Si on n'est pas encore au « 1-click » d'[Amazon](#), il essaie de s'en approcher.

Entre le choix du modèle, les allers-retours en concession et le montage du dossier de financement, l'expérience client peut s'apparenter à un véritable parcours du combattant. L'idée de Ford consiste à reproduire ce parcours en ligne en automatisant les différentes étapes.

L'internaute choisit d'abord la voiture de ses rêves dans un showroom virtuel. Dans la foulée, il effectue sa demande de financement selon les options possibles : avec ou sans reprise, crédit à la consommation, crédit-bail, leasing... Des outils de simulation guident son choix. Puis, il planifie un essai sur route.

L'automobiliste est assuré que l'offre qui lui est proposée sera disponible pendant 48 heures, sans différence avec les prix affichés en concession.

Testé jusqu'à présent dans cinq États, le site est lancé ce lundi 19 mars dans plusieurs États du Midwest dont l'Ohio. Ford prévoit de l'étendre à l'ensemble du territoire américain d'ici la fin de l'année avant, peut-être, son extension à l'international.

Le parcours de l'automobiliste se digitalise

Comme d'autres constructeurs, Ford est confronté à la concurrence des comparateurs de prix et autres places de marché comme Carmax, Carvana et TrueCar aux États-Unis ou Neowebcar et 123auto en France. Des plateformes qui non seulement court-circuitent sa relation avec l'automobiliste mais proposent toute l'offre du marché, du neuf et de l'occasion.

En France aussi, le parcours de l'automobiliste se digitalise. Selon [une récente étude de Gfk pour Facebook](#), 97 % des expériences d'achat d'une automobile débutent en ligne. Et sur les 24 semaines que dure en moyenne ce parcours, 21 sont consacrées à la recherche d'information. Et si 82 % des acheteurs se rendent en concession pour effectuer des essais sur route, 19 % déclarent que le concessionnaire influence leur décision.