

QUESTIONS À...

Bertrand MULLIEZ, Directeur Développement Réseau de Qarson



Bertrand MULLIEZ,
Directeur Développement Réseau de Qarson

Pouvez-vous nous parler de votre enseigne et de sa spécificité par rapport à la concurrence ?

Qarson est un distributeur automobile multimarque innovant créé en 2009, qui propose de la vente et de la location longue durée de véhicules neufs et d'occasion aux particuliers. Plus de 1.600 véhicules sont en stock, disponibles très rapidement et à tarif attractif puisque en moyenne 6.000 € moins cher. L'innovation pour le client est au cœur de la stratégie de la marque, qui a été pionnière dans la création de concessions digitales.

La particularité de Qarson est d'être présent dans des centres commerciaux régionaux majeurs : nous avons actuellement 10 concessions digitales, en plus d'un showroom en Seine-et-Marne et de notre canal de vente internet. Le client est accompagné par nos conseillers tout au long de ses démarches - choix du véhicule, financement, reprise, prime à la conversion, livraison - pour un achat simplifié. Avec Qarson, il est aujourd'hui aussi facile d'acheter sa voiture que de faire ses courses !

En 2018, Qarson a renforcé sa position d'acteur incontournable sur le marché de la location longue durée sur 24 mois avec 57 % de hausse sur ce service par rapport à 2017. Ce concept de « forfait automobile » séduit de plus en plus d'usagers et confirme une transformation progressive des modes de consommation de la voiture.

L'enseigne était à l'origine un pure player, pour quelles raisons avez-vous choisi de vous développer en physique ?

Notre site internet a été lancé en 2009, mais nous avons voulu créer une proximité avec nos clients en nous rapprochant d'eux physiquement, pour leur prodiguer les conseils nécessaires à leur réflexion. En effet, la proximité physique permet dans certaines situations de rassurer le client et d'accélérer l'acte d'achat, par exemple pour la reprise d'un véhicule d'occasion qui nécessite qu'un expert réalise un état des lieux ou lors du montage du dossier en cas de financement.

C'est ainsi que la première concession digitale a vu le jour à Claye-Souilly (Seine-et-Marne) en 2013, au centre commercial Les Sentiers, avec l'appui de Klepierre Brand Ventures (filiale de Klepierre).

Comment se présente une concession digitale ?

Le concept de la concession digitale est un juste dosage entre l'exposition d'une voiture, deux bornes digitales contenant notre catalogue de véhicules et consultables en libre accès par les clients et une zone d'accueil avec deux desks pour les rendez-vous individuels.

Le tout sur une surface d'environ 30 m², placée dans une allée principale de la galerie commerciale.

Le travail réalisé avec Klepierre et KBV a permis la mise au point de ce concept, déployé aujourd'hui sur nos 10 sites en France. Nous souhaitons constamment enrichir l'expérience client sur nos points de vente et sommes donc en recherche permanente de renouveau. L'objectif est toujours d'apporter de la valeur ajoutée à l'expérience des visiteurs du centre commercial et à nos clients.

Quels sont vos objectifs de développement et le type d'emplacement recherché ?

Nous recherchons ce type d'emplacement dans les galeries marchandes des centres commerciaux régionaux, dans des régions où nous ne sommes pas encore implantés ou insuffisamment. Le focus est fait sur la région sud-est (Nice, Montpellier), est (Strasbourg, Metz) et nord (Lille).

Notre implantation se fait aussi dans la durée maximale de bail précaire (36 mois), avec une équipe recrutée en CDI et formée à la relation client spécifique à notre secteur.

Nous ambitionnons de réaliser un maillage complet du territoire sur notre concept de concession digitale, pour s'implanter au plus près de notre clientèle. Notre couverture pourrait donc monter à une trentaine d'unités dans les prochaines années.

Quelles exigences et contraintes particulières avez-vous pour vous implanter ?

Mises à part les spécificités techniques de la concession digitale, celle-ci doit être dans une zone commerciale propice à l'acte d'achat automobile, dans une zone de flux importante.

Un truck installé sur le parking du centre commercial et 10 à 15 places de stationnement sont également nécessaires pour assurer la livraison des véhicules à flux tendu. Ces deux dispositifs complètent l'emplacement intérieur et sont une composante importante du parcours client, puisque directement liés à la récupération du nouveau véhicule. ■

