



Carter-Cash augmente de 14% le panier moyen des visiteurs de son site en accompagnant 24/7, par messaging, les automobilistes dans la réservation de pneus et de pièces en ligne

Enseigne du groupe Mobivia

Créée en 2002, la marque propose l'essentiel des produits et accessoires automobiles ainsi que des services d'entretien en atelier à prix bas toute l'année.

Avec 650 employés, la marque est présente dans plus de 67 magasins en France, 3 magasins en Espagne, 2 en Italie, sur le web et mobile.

Depuis 2011, Carter-Cash propose un service de Click & Collect qui permet aux automobilistes de réserver leurs pneus et pièces en ligne avec paiements et retraits en magasins.

Un challenge

S'assurer un avantage concurrentiel en conseillant, rassurant et assistant les clients à toute heure de la journée pour les aider à trouver les pneus et pièces automobiles au meilleur prix et transformer l'intention d'achat en acte.

Proposition iAdvize

Une plateforme conversationnelle qui permet aux conseillers professionnels et experts indépendants d'**être joignables, à tout moment, par messaging, pour humaniser l'expérience client numérique** et satisfaire les automobilistes.

Un panier moyen supérieur de 14% après accompagnement

Grâce à l'association du service client Carter-Cash et des experts ibbü qui chattent sur le site, la marque affiche :

Après une conversation
Par messaging

Hausse de
14%
du montant moyen
des commandes

Un taux de
satisfaction

94,5%
de satisfaction client

Une disponibilité de

23h / 24h¹

L'expérience client au coeur des priorités



“Pour se différencier dans l'univers de l'automobile, c'est sur la qualité du service qu'il faut maintenant parier.”

Rémy

Chargé de clientèle, Carter-Cash

Le secteur des pièces et services automobiles est aujourd'hui, plus que jamais, ultra compétitif. En effet, l'activité des acteurs de la distribution de détail d'équipements automobiles est très dynamique (+9,7%), la demande en services d'entretien est croissante et les ventes de pièces en ligne sont en plein essor². Avec des offres toujours moins chères mais toujours plus nombreuses de marques low-cost qui pénètrent le marché, les marques ne peuvent plus se différencier par la simple vente de produits et services moins coûteux.

Et c'est pourquoi le service Carter-Cash repose sur une valeur d'entreprise clé : être simple, sympa et sincère. Selon la marque, disponibilité et proximité sont les mots d'ordre pour offrir une expérience client, aussi bien en magasins qu'en ligne, et se différencier :

En magasins

Carter-Cash a fait le choix de ne pas avoir de ligne téléphonique pour permettre aux vendeurs d'être complètement disponibles pour les clients.

En ligne

La marque propose une assistance par Facebook Messenger, email et messaging sur son site pour répondre à toutes les questions que peuvent avoir les internautes, et ainsi, proposer le même niveau d'expérience qu'en magasin : disponibilité et réassurance.

1. Source : iAdvize - analyse des conversations échangées au cours du mois de mars 2019

2. Source : Xerfi France, Le marché de la rechange et de l'entretien automobile, Décembre 2018, Page 28

Une présence 24/7 pour simplifier le choix des automobilistes en ligne

Pour s'assurer de proposer une expérience client premium à tout moment, Carter-Cash allie qualité et disponibilité continue grâce à son service client et aux experts indépendants de la communauté ibbü :



- Ludovic & Rémy sont présents sur Facebook, Messenger, par mail et par messaging sur le site, sur les heures ouvrées, du lundi au vendredi



ibbü

- Aurélien, Loïs, Mickaël et Florian sont des passionnés de mécanique automobile et de pneumatiques. Ils conseillent les visiteurs du site, par messaging, le soir et les week-ends.



“Le messaging est aujourd’hui un outil essentiel pour guider les internautes vers le produit le plus adapté à leurs véhicules et offrir une assistance proactive en ligne aussi qualitative qu’en magasins. Faire appel aux experts ibbü nous permet, en plus, de proposer des échanges authentiques entre pairs et de leur proposer des conseils adaptés à toute heure de la journée, tous les jours de la semaine.”

Ludovic
Community Manager, Carter-Cash

Comment fonctionne la collaboration avec les experts ibbü ?

iAdvize

En 3 semaines

- Source les meilleurs experts leur soumet un questionnaire pointu sur les pneumatiques et les pièces automobiles pour tester leurs connaissances
- Onboard les nouveaux experts
- Anime la communauté
- S'assure de l'atteinte des objectifs par les experts

Ludovic de Carter-Cash

- Forme les experts ibbü sur le concept de la marque, ses produits, son engagement et sa proximité avec les clients
- Informe des actions de promotion, événements et nouveautés à propos des produits et services via le Livefeed, espace de partage entre experts et marques sur la plateforme ibbü



“Les automobilistes recherchent une solution clé en main lorsqu'ils nous contactent, c'est ce qu'on leur propose aussi bien en ligne qu'en magasins. Être disponibles à tout moment nous permet d'afficher une image de marque très positive et de rassurer nos visiteurs pour ensuite les transformer en clients”

Ludovic

Community Manager, Carter-Cash

Les experts ibbü

- Partagent leur expérience personnelle
- Rassurent les clients à propos de l'affectation de pièces automobiles (ex : plaquettes de freins), les conseillent sur le choix de pneumatiques et répondent aux questions concernant le fonctionnement sans rendez-vous des services de la marque, son offre Click and Collect et la disponibilité de produits en magasin
- Répondent en temps-réel
- Sont disponibles :
 - Le samedi et le dimanche toute la journée
 - Les soirs, majoritairement entre 18h et 22h, du lundi au vendredi

Les prochains défis

- Développer et optimiser l'utilisation du messaging à travers le site.
- Préparer l'ouverture prochaine sur de **nouveaux marchés.**
- Étudier la possible utilisation de chatbots **pour proposer, rapidement, des devis de vidange aux internautes.**