



Après-vente automobile une analyse des services d'entretien à l'heure de l'électrification

Sommaire

Executive summary	3
Introduction	4
<hr/>	
01 Offre d'entretien	7
02 Devis et positionnement	13
03 Prise de rendez vous	20
<hr/>	
Conclusion	24



Executive summary

Le marché de l'entretien automobile est intimement lié à l'évolution du parc.

Alors que les acteurs du secteur font face à un parc de véhicules vieillissant, l'augmentation exponentielle du nombre de véhicules électriques semble impliquer plusieurs adaptations, notamment dans le parcours client digital de l'après-vente. SpinPart propose une étude des offres d'entretien présentées sur les sites internet d'un panel de 23 acteurs, afin d'identifier comment elles évoluent dans ce contexte particulier.

Les vitrines digitales des acteurs de l'après-vente offrent des parcours clients variés, qui dépendent du cœur de métier des acteurs. Si l'étude des catalogues d'offres d'entretien révèle des similarités dans les services proposés, de fortes disparités existent dans la manière dont ils sont présentés pour capter les clients sur internet. Les constructeurs et leur réseau privilégient la proposition d'un créneau de rendez-vous en premier lieu, tandis que les Mécaniciens Réparateurs Automobile (MRA) mettent en avant un catalogue de choix très complet. Lors de l'analyse, seule une minorité des acteurs, principalement MRA, mettait en avant des offres de services dédiées à l'entretien des véhicules électriques. L'étude des grilles tarifaires pour une prestation choisie montre que les services pour véhicules électriques diffèrent largement de ceux pour motorisations thermiques, bien que le positionnement global des acteurs reste similaire.

Par ailleurs, le prix et la qualité perçue lors du choix en ligne de la prestation jouent un rôle clé dans la décision du client. Lors du benchmark des positionnements prix, la différence de stratégie entre l'écosystème de marque et les MRA s'est confirmée avec des prix jusqu'à trois fois supérieurs chez les distributeurs pour une prestation d'entretien, quelle que soit la motorisation.

Enfin, les acteurs de l'après-vente peuvent aussi se différencier par la prise de rendez-vous et les services associés à la prise en charge du véhicule. Peu de solutions pratiques sont réellement mises en place à la fin du parcours digital, mais l'arrivée des nouvelles motorisations pourrait introduire des innovations dans les services annexes à l'entretien.

Rodolph MAZURIER
Senior Manager Automobile



Executive summary

Introduction

01 | Offre d'entretien

02 | Accessibilité prix et positionnement

03 | Prise en charge

Conclusion



Executive summary

Introduction

01 | Offre d'entretien

02 | Accessibilité prix et positionnement

03 | Prise en charge

Conclusion

Introduction

Introduction

En France, le parc automobile compte **39 millions de véhicules, dont 2,2 % sont électriques**. Ce marché évalué à 21 milliards d'euros en 2021, est partagé entre les acteurs de l'après-vente: constructeurs, distributeurs et réparateurs automobiles.

Ces derniers se retrouvent face à un double défi : gérer un parc de véhicules vieillissant tout en s'adaptant à l'arrivée croissante des motorisations électriques.

Selon les évolutions du parc et les objectifs de la Commission européenne, les véhicules thermiques devraient continuer à vieillir, tandis que les nouvelles immatriculations seront exclusivement électriques dans les années à venir.

Les chiffres clés :

17%
d'immatriculations
électriques en 2023

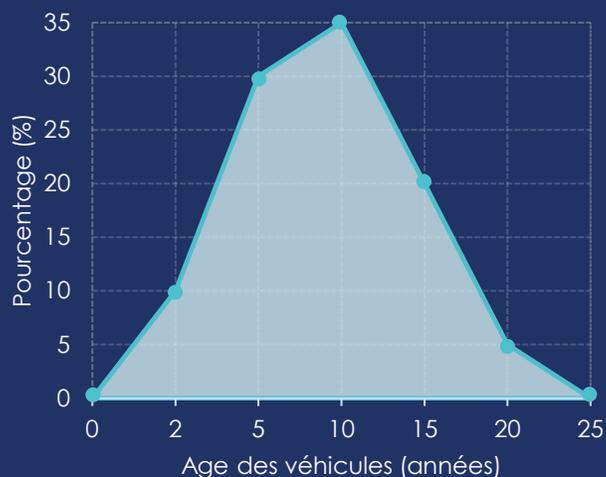
11,2 ans
moyenne d'âge
du parc roulant

2,2 ans
moyenne d'âge
des VE en France

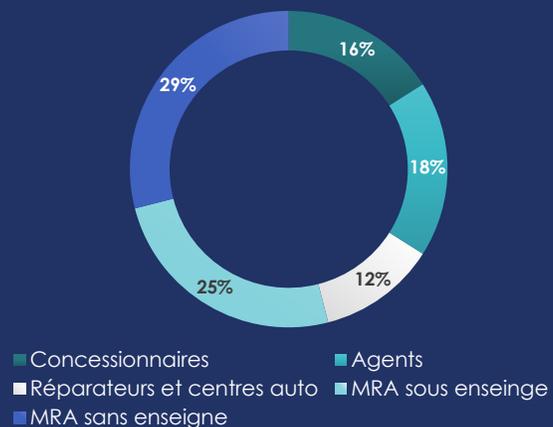
21,3 milliards
de chiffre
d'affaires en 2021

53%
des conducteurs FR quitte le
réseau pour l'entretien en post
garantie

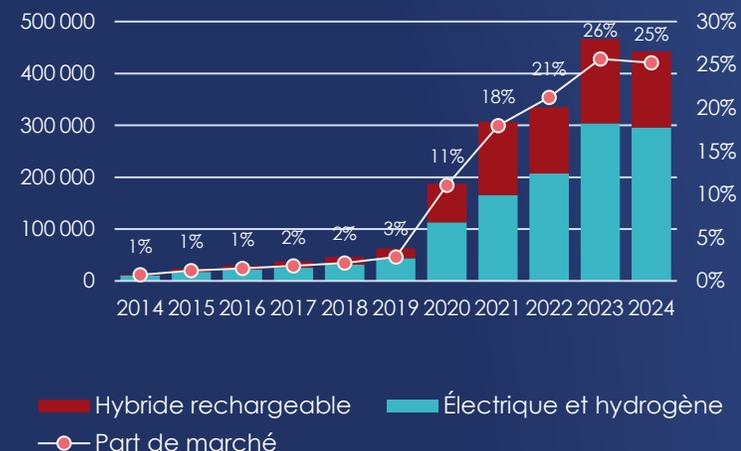
Répartition en pourcentage des véhicules par âge



Répartition des acteurs



évolution des ventes de VE



Executive summary

Introduction

01 | Offre d'entretien

02 | Accessibilité prix et positionnement

03 | Prise en charge

Conclusion

Panel et méthode utilisée

SpinPart a étudié les sites internet de vingt trois acteurs représentatifs du marché de l'après-vente français au travers de 3 questions sur l'offre de services après-vente disponible en ligne avec pour objectif d'étudier 3 étapes clé du parcours client de l'entretien automobile: **l'offre de service d'entretien, le positionnement tarifaire et la prise en charge**. L'objectif est d'identifier le positionnement des différents acteurs et les éventuels **changements liés à l'arrivée des motorisations électriques**.

Constructeurs



MRA (avec chaînes de réparation rapide)



Réseau de marques



I.

Quelles sont les différentes prestations d'entretien disponibles chez les acteurs et **comment sont-elles proposées** en ligne ?

Révision / vidange, Mécanique, Vitrage, Freinage, Climatisation, Contrôle anti-pollution, Courroie de distribution, Direction suspension, Géométrie, Pneus et crevaison, Batterie, Accessoire, Diagnostic, Peinture, Carrosserie

II.

Comment les tarifs sont-ils rendus accessible et quel est le **positionnement des acteurs** ?

Accessibilité des prix en ligne, Positionnement tarifaire

III.

Comment la **prise en charge du client** est-elle facilitée en ligne et quels sont les services associés disponibles ?

Titre de transport, Véhicule de courtoisie, Réservation en ligne



Executive summary

Introduction

01 | Offre d'entretien

02 | Accessibilité prix et positionnement

03 | Prise en charge

Conclusion



Executive summary

Introduction

01 | Offre d'entretien

02 | Accessibilité prix et positionnement

03 | Prise en charge

Conclusion

Offre d'entretien

Offre d'entretien

Les sites internet doivent permettre une présentation claire des prestations d'entretien disponibles

La diversité du parc implique une offre de services très large. SpinPart a analysé les catalogues d'offres d'entretien disponibles pour répondre au besoin des clients dans l'après-vente de l'automobile.

Les acteurs du panel d'étude **mettent en avant une moyenne de onze services d'entretien**. Les écosystèmes de marque (constructeurs et distributeurs) se concentrent sur les offres de contrat de service pour les véhicules neufs et VO récents mais affichent un nombre de services disponibles en ligne similaire aux MRA (11 pour les distributeurs, 13 pour les MRA).

L'explosion des ventes de VE en 2020 (+159% par rapport à 2019) a pour conséquence une majorité de véhicules très récentes dans le parc électrique et majoritairement entretenus par le réseau de marque.

SpinPart a étudié la manière dont les acteurs du panel mettent en avant, sur leur site internet, leurs offres de services avec une attention particulière sur les packages liés à l'électrique.

Un service considéré dans l'étude comme dédié aux véhicules électriques est une prestation explicitement décrite comme telle, et créée à l'intention des propriétaires de VE.



Executive summary

Introduction

01 | Offre d'entretien

02 | Accessibilité prix et positionnement

03 | Prise en charge

Conclusion

L'offre de services

Une offre vaste et accessible pour les véhicules thermiques avec de fortes disparités sur la présence de services dédiés véhicule électrique

Tous les acteurs du panel étudié proposent sur leur site internet un catalogue de prestations similaires pour les véhicules thermiques avec l'ensemble des principales interventions courantes (le freinage et la climatisation sont présents sur tous les sites des MRA et des distributeurs par exemple). Seuls les spécialistes en carrosserie ou en vitrage font bien entendu exception (Carglass, Axial).

Les prestations après-vente électrique, se concentrant sur des véhicules récents, sont aujourd'hui principalement assurées par les réseaux de marque.

Si les cinq constructeurs étudiés mettent en avant les services dédiés au VE sur leur site internet, ce n'est pas le cas pour les autres acteurs du panel. Alors que 95% des ateliers des distributeurs (réseau de marque) sont habilités à intervenir sur des véhicules électriques, seul un sur sept l'affiche clairement. A l'inverse les MRA, encore peu habilités (35%), semblent chercher à capter ce marché avec plus de la moitié d'entre eux (6 sur 11) qui les mettent en avant.

Les chiffres clés :

1/7
distributeur présente
l'entretien VE sur son site

5/5
constructeurs présentent
l'entretien VE sur leur site

6/11
MRA proposent
l'entretien VE sur leur site

Exemple de service véhicule électrique : l'offre Feu Vert (16/01/25)

Feu Vert	RÉVISION ESSENTIELLE	RÉVISION EXPERTE
	Tous les ans	Tous les 2 ans
Intervalle de révision		
Diagnostic adapté à votre véhicule électrique	✓	✓
Remplacement de votre filtre d'habitacle	✓	✓
Mise à niveau des liquides	✓	✓
Lecture des codes défauts	✓	✓
Permutation de vos pneus avant vers l'arrière	✓	✓
Recharge de votre climatisation (gaz R-1234YF)	✗	✓
Remplacement et la purge du liquide de frein	✗	✓
Dépoussiérage des étriers de freins	✗	✓



Executive summary

Introduction

01 | Offre d'entretien

02 | Accessibilité prix et positionnement

03 | Prise en charge

Conclusion

La présentation de l'offre

Une mise en avant des offres d'entretien qui reflète l'activité principale des différents acteurs

Il existe une légère différence entre les prestations proposées par les réseaux de marque et les MRA, mais les types d'acteurs se différencient principalement sur la manière dont sont mises en avant ces offres.

9 MRA sur 11 proposent des offres d'entretien dès la page d'accueil avec une moyenne de 3 services visibles directement. Le parcours proposé au client passe par une présentation de l'ensemble des services pour lesquels la prise de rendez-vous est possible. **Il est possible de prendre rendez-vous depuis le catalogue de services pour 10 MRA sur 11.**

Les sites internet réseaux de marque se concentrent sur des offres VN et de contrat de services dédiés à une clientèle plus captive (relation contractuelle, confiance, marketing autour de la garantie constructeur) et au rôle des vendeurs qui assurent le suivi de leurs clients avec par exemple des rappels client quand le véhicule doit être entretenu. **La mise en avant de l'offre après-vente passe donc principalement par la prise de rendez-vous atelier**, la liste des prestations disponibles est rarement accessible depuis la page d'accueil. Seul 2 distributeurs du panel permettent de prendre rendez-vous depuis le catalogue de services quand il existe.

Les chiffres clés :

3 services

en moyenne disponibles
dès la page d'accueil
des sites des MRA

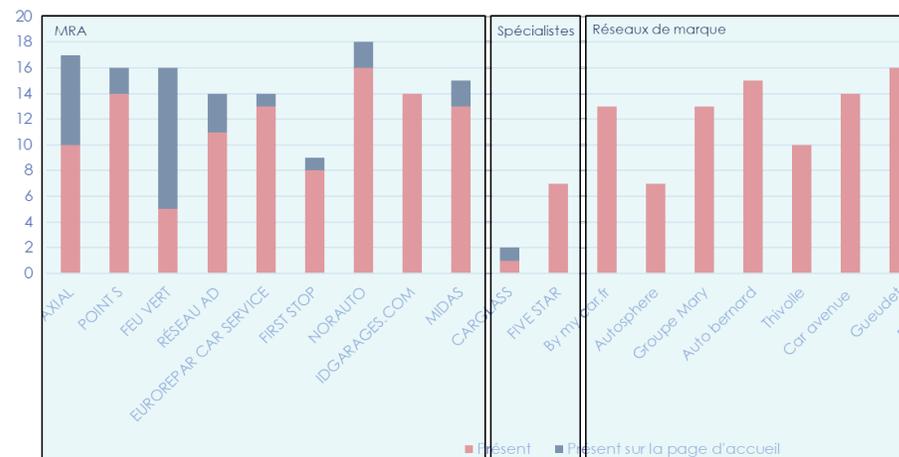
10/11

MRA proposent la prise
de rendez-vous depuis le
catalogue de services

2/7

distributeurs proposent la
prise de rendez-vous depuis
le catalogue de services

Présence des offres sur internet



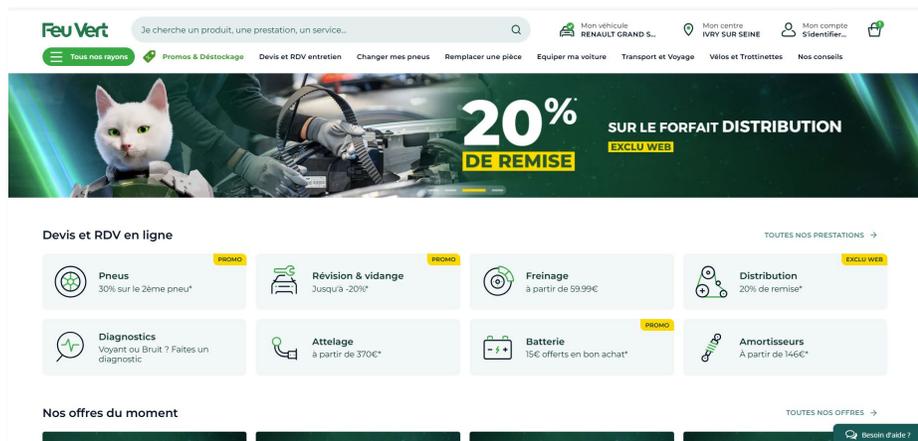
La présentation de l'offre

Illustration

MRA – exemple Feu Vert

L'entretien des véhicules est l'activité principale des MRA. **Ils mettent en avant le plus de services possibles et d'offres promotionnelles sur la page d'accueil de leur site.** Feu Vert en est le meilleur exemple, avec toutes les offres sur les interventions les plus communes disponibles dès la page d'accueil.

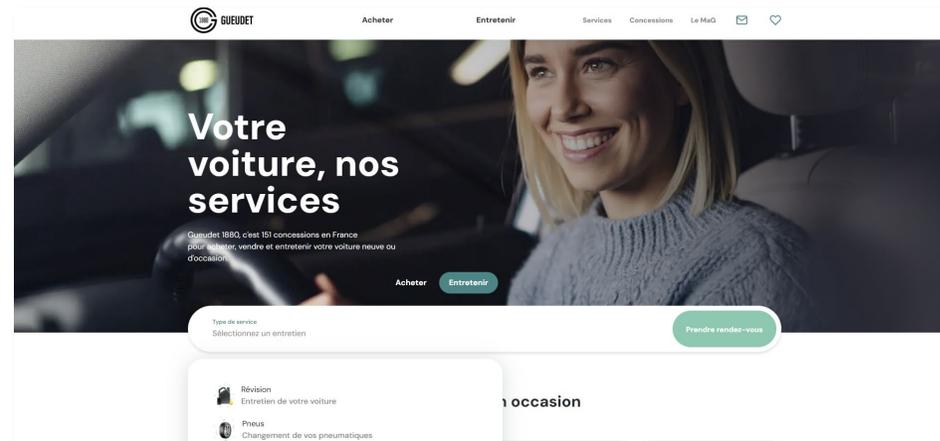
Page d'accueil de feu vert au 10/02/25⁵



Distributeur – exemple Gueudet

L'activité principale des distributeurs est la vente de véhicules neufs et d'occasion qui peut être accompagnée de contrats de services pour l'entretien. La page d'accueil de Gueudet est filtrée par défaut sur l'accès au stock de véhicules disponible **peut basculer sur la prise de rendez-vous en ligne en 1 clic.**

Page d'accueil de Gueudet au 10/02/25⁶



Executive summary

Introduction

01 | Offre d'entretien

02 | Accessibilité prix et positionnement

03 | Prise en charge

Conclusion

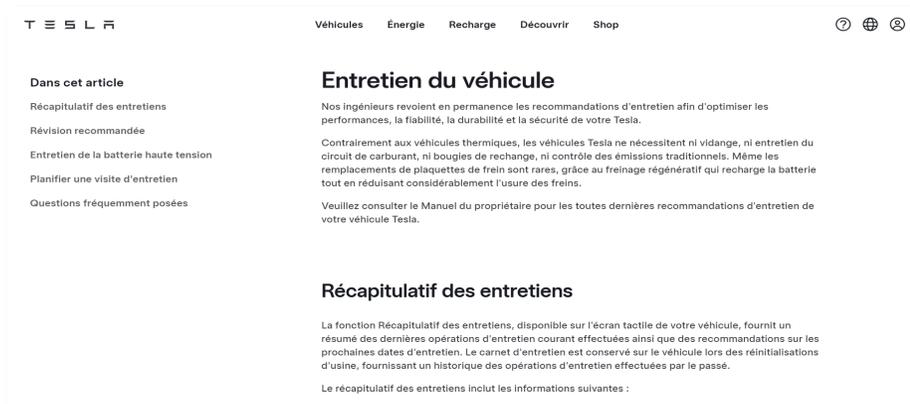
L'offre de services après-vente du véhicule électrique

Les services VE, un marché naturel pour les concessionnaires que les MRA cherchent à capter

Un VE, avec un nombre de pièces d'usure réduit, **nécessite moins d'entretien qu'un véhicule thermique**. Les fluides, le freinage, et l'entretien des accessoires reste le même. Le VE nécessite une inspection des **installations électriques et des batteries**.

Par exemple, Tesla indique sur son site que ses véhicules électriques ne nécessitent pas les entretiens traditionnels des voitures à essence. De plus, **Tesla propose des services d'entretien annuel et des centres de service mobiles pour simplifier la maintenance**.

Page dédiée à la maintenance sur le site de Tesla au 10/02/25⁷



The screenshot shows the Tesla website's maintenance page for electric vehicles. It features a navigation bar with 'Véhicules', 'Énergie', 'Recharge', 'Découvrir', and 'Shop'. The main content is titled 'Entretien du véhicule' and includes sections for 'Récapitulatif des entretiens', 'Révision recommandée', 'Entretien de la batterie haute tension', 'Planifier une visite d'entretien', and 'Questions fréquemment posées'. A 'Récapitulatif des entretiens' section is also visible at the bottom of the page.

Les chiffres clés :

12
acteurs du panel proposent
l'entretien VE sur leur site
dont 6 MRA

Aucun
acteur du panel ne propose
l'entretien VE en première
page

L'entretien VE est nettement **moins mis en avant par les MRA et les distributeurs**, comparé à l'entretien des moteurs thermiques. En effet, **10 acteurs sur les 23 étudiés proposent des services VE**. Ce manque de visibilité contraste avec l'importance croissante des véhicules électriques sur le marché. Ce sont les constructeurs qui mettent en avant les offres d'entretien VE, pour assurer une prise en charge spécialisée dans leur réseau.

Avec un âge moyen de 2,2 ans, l'entretien des véhicules électriques est **principalement capté par les réseaux constructeurs** pour l'après-vente grâce aux garanties et aux contrats d'entretien sur les véhicules neufs.

Tant que le marché du véhicule électrique d'occasion ne décolle pas, l'entretien de ces motorisations **restera essentiellement capté par les réseaux de marque**.



Executive summary

Introduction

01 | Offre d'entretien

02 | Accessibilité prix et positionnement

03 | Prise en charge

Conclusion

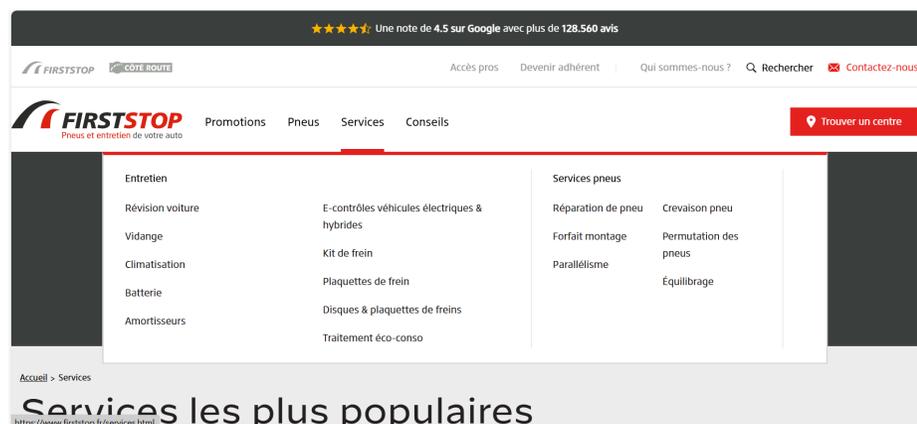
L'offre de services après-vente du véhicule électrique

Illustration

MRA – exemple First Stop

Parmi les acteurs qui proposent l'entretien VE sur leur site, 3 MRA le mettent en avant sans ouvrir le catalogue de services. **First Stop en fait partie et propose une page dédiée à l'entretien hybride et électrique dans le menu déroulant des services.** Cela peut leur permettre de capter plus rapidement une clientèle en recherche de services VE.

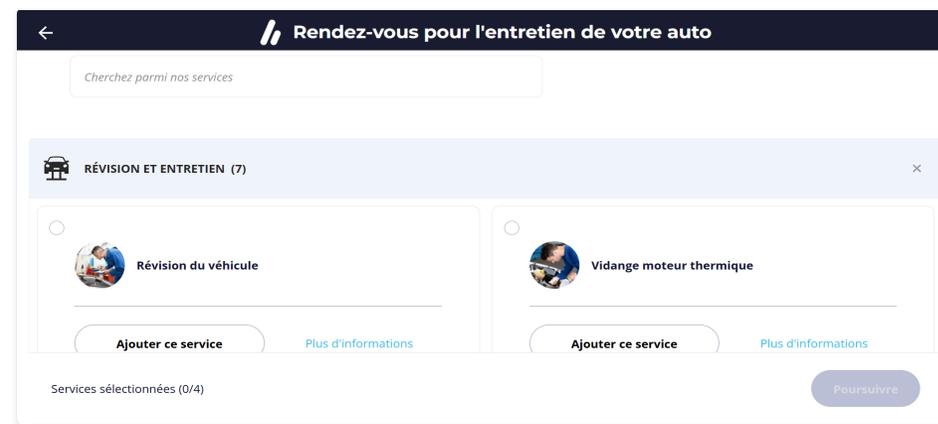
Page d'accueil de First Stop au 10/02/25⁸



Distributeur – Auto Bernard

Auto Bernard propose l'entretien VE en ligne dans son catalogue de services mais **uniquement après avoir renseigné les informations véhicule dans l'onglet d'entretien.** L'entretien VE n'est pas indiqué sur le site comme une prestation à part entière. Auto Bernard est un exemple de l'offre de service en ligne des distributeurs, **qui passe systématiquement par la prise de rendez-vous.**

Onglet entretien d'Auto Bernard au 10/02/25⁹



Executive summary

Introduction

01 | Offre d'entretien

02 | Accessibilité prix et positionnement

03 | Prise en charge

Conclusion



Executive summary

Introduction

01 | Offre d'entretien

02 | Accessibilité prix et positionnement

03 | Prise en charge

Conclusion

Accessibilité prix et positionnement

Accessibilité prix et positionnement

Le prix d'appel des acteurs et l'accessibilité de leurs tarifs montrent une différence de positionnement et de cible client après-vente

Une fois le service sélectionné, le prix est le deuxième élément clé du choix pour les clients entre différents acteurs. Dans la simulation de ce parcours, SpinPart a comparé le prix d'appel des différents acteurs pour une révision constructeur. Les modèles étudiés sont un Renault Scénic III, un Espace VI, une Zoé et une Tesla modèle Y.

D'une manière générale, **le prix est plus facilement accessible chez les MRA** pour lesquels il semble que ce soit le principal argument commercial avec le maintien de la garantie constructeur.

Les prix disponibles dans l'écosystème de marque (constructeurs et distributeurs) sont deux à trois fois plus élevés que chez les MRA.

L'entretien du véhicule électrique est 20% à 30% moins cher que celui des motorisations thermiques. Avec la création d'offres spécifiques VE et des prix compétitifs sous forme de forfait, il semble que certaines enseignes cherchent à conquérir des parts de marché. Cependant avec un parc encore jeune et des constructeurs qui indiquent que l'entretien VE est très léger, il est difficile de se projeter sur l'activité future des MRA.

SpinPart a analysé la simplicité d'accès aux prix des différents acteurs ainsi que leur positionnement tarifaire, et a exclu les deux MRA spécialisé du panel (Carglass et Five Star).



Executive summary

Introduction

01 | Offre d'entretien

02 | Accessibilité prix et positionnement

03 | Prise en charge

Conclusion

Accessibilité prix des offres de service d'après-vente

L'affichage des prix des prestations d'après-vente varie fortement selon les acteurs du marché, rendant l'accès aux tarifs inégal

L'affichage du prix pour une prestation définie sur les sites des différents acteurs de l'après-vente n'est pas quelque chose de systématique.

La prestation choisie pour l'étude (révision constructeur standard) **est associée à un prix pour 6 MRA sur 9, et pour seulement un distributeur.** Pour les autres, il est possible d'en obtenir mais uniquement après avoir réservé un créneau, en contactant le prestataire.

8 MRA sur 9 affichent des tarifs associés à une prestation directement dans le catalogue de prestations, sans passer par une prise de rendez-vous.

Si les MRA sont transparents sur les prix et les rendent accessibles, l'accessibilité des prix des distributeurs est plus complexe dans une démarche en ligne. **5 distributeurs sur 7 permettent de remplir un formulaire d'information** directement en ligne. Ensuite, 1 sur 5 propose un devis par mail, et 4 rappellent dans les 2 heures qui suivent le formulaire.

Les constructeurs ne prennent pas en charge les véhicules d'autres marques sur leur site. En revanche les distributeurs entretiennent des véhicules de toute marque en atelier comme les MRA.

Les chiffres clés :

Aucun

distributeur ne permet d'obtenir un devis directement en ligne

5/7

distributeurs proposent un devis avec une prise de contact

6/9

MRA mettent un prix à disposition pour la révision

8/9

MRA associent un prix indicatif aux interventions d'entretien courant dans leur catalogue en ligne



Executive summary

Introduction

01 | Offre d'entretien

02 | Accessibilité prix et positionnement

03 | Prise en charge

Conclusion

L'accessibilité aux prix

Illustration

MRA – exemple Norauto

Le prix est un des principaux arguments des MRA pour capter de nouveaux clients sortant de l'écosystème de marque. Sur le site de Norauto, **les prix sont disponibles sur chaque page spécifique à une intervention**, et sans rentrer de plaque d'immatriculation.

Devis de climatisation après la sélection dans le catalogue chez Norauto⁹

	ENTRETIEN CLIMATISATION	ENTRETIEN CLIMATISATION +	ENTRETIEN CLIMATISATION + ANTI-ALLERGÈNES
	64,95 € +65 € pour les véhicules avec le nouveau gaz (l)	94,95 € +65 € pour les véhicules avec le nouveau gaz (l)	104,95 € +65 € pour les véhicules avec le nouveau gaz (l)
Diagnostic fonctionnement climatisation (1)	✓	✓	✓
Nettoyage du circuit	✓	✓	✓
Recharge en gaz	✓	✓	✓
Traitement désinfectant et antibactérien (1)	Option 19,95 €	✓	✓

Distributeur – exemple Autosphère

Les distributeurs mettent en avant une image de qualité et de suivi. Il est très difficile d'obtenir un devis en ligne. Dans l'analyse de SpinPart Autosphère se distingue des autres distributeurs en étant le seul afficher une liste de prestations associées à un prix, mais **uniquement après avoir renseigné les informations véhicules**.

Page de prestations d'Autosphère selon l'immatriculation (17/02/25)¹⁰

MOTS-CLÉS: Vidange, frein... OK

PRESTATIONS

- Forfaits Climatisation (1)
- Vitrage (3)
- Bilan Sécurité (1)
- Vidange & Révision (5)
- Forfaits Freinage (5)
- Batterie (2)
- Contrôle Technique (1)
- Autres Prestations (2)

22 RÉSULTATS CORRESPONDANT À VOS CRITÈRES

TRIER PAR: [dropdown]

- Forfait Vidange - Autosphere** 111,00 € TTC
Vidange, frein... Réf. 9L10299D
AJOUTER AU PANIER
- Forfait Révision & Filtre d'habitacle - Autosphere** 177,00 € TTC
Vidange, frein... Réf. 9L10308D
AJOUTER AU PANIER
- Forfait Contrôle Technique - Autosphere** 79,00 € TTC
Vidange, frein... Réf. 1-4G20G
AJOUTER AU PANIER

Votre panier

- Bilan sécurité Offert



Executive summary

Introduction

01 | Offre d'entretien

02 | Accessibilité prix et positionnement

03 | Prise en charge

Conclusion

Accessibilité prix des offres de service d'après-vente



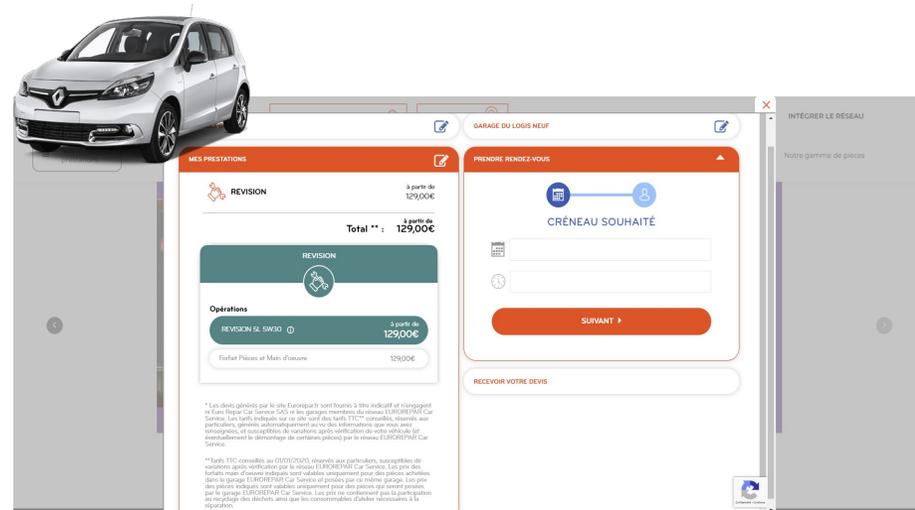
Les changements impliqués par l'arrivée de l'électrique rendent moins facile l'accès aux prix

Lors de la recherche d'un prix pour la révision constructeur, **6 MRA sur 9 proposent un devis pour un véhicule thermique mais 3 parmi les 6 le proposent sur un véhicule hybride récent.** Tous les acteurs ne sont pas encore adaptés aux motorisations électriques.

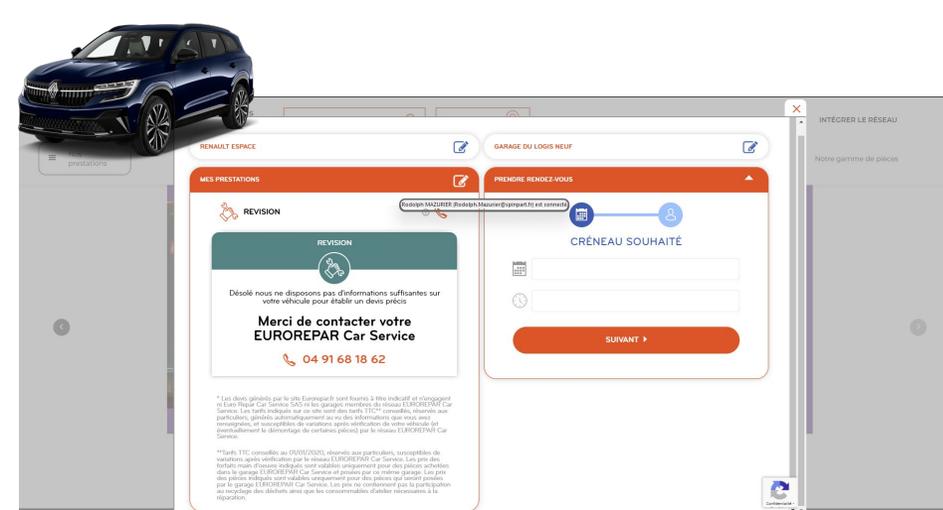
Il est impossible de savoir si les acteurs sont habilités à l'entretien VE dans une démarche en ligne car il est seulement indiqué de prendre contact avec le garage choisi, pour les 3 acteurs concernés.

Dans le cadre de l'étude SpinPart, deux demandes de devis et de rendez-vous ont été réalisées pour une révision constructeur chez Eurorepar. Ces demandes concernent deux véhicules différents dans un même garage et pour une prestation. Dans le cadre du véhicule thermique, un devis a été proposé pour la révision constructeur (129 €), en revanche, pour l'Espace hybride plus récente, il faut prendre rendez-vous pour obtenir un prix.

Demande de devis pour une révision constructeur de Scénic III¹¹



Demande de devis pour une révision constructeur d'Espace VI¹¹



Executive summary

Introduction

01 | Offre d'entretien

02 | Accessibilité prix et positionnement

03 | Prise en charge

Conclusion

Le positionnement tarifaire

Les différences de prix et de qualité se traduisent par des parcours client digitaux différents selon les types d'acteurs

Pour une même prestation, en thermique ou en électrique, **les centres auto et les réparateurs sont**, dans le panel étudié, **systematiquement moins chers**⁹ que les constructeurs et leur réseau.

Les écosystèmes de marque se positionnent sur un service premium qui se traduit par des prix plus élevés car ils entretiennent des véhicules récents et sous contrat d'entretien.

Les MRA compensent le manque de suivi des clients par des offres plus économiques. **6 MRA sur 11 proposent des offres en packs**, pour proposer différentes interventions d'entretien sur un seul rendez-vous, à un tarif très intéressant.

Les chiffres clés :

2x à 3x

moins cher pour les prestations des MRA par rapport aux réseaux constructeurs

2/7

distributeurs affichent un prix plus bas que le constructeur



Acteurs	Disponible	Prix maximum	Prix minimum
MRA	4/11	99,00	45,00
Distributeurs	0/7		
Constructeurs	Oui	155,00	



Acteurs	Disponible	Prix maximum	Prix minimum
MRA	4/11	114,00	45,00
Distributeurs	0/7		
Constructeurs	Non		



Acteurs	Disponible	Prix maximum	Prix minimum
MRA	6/11	290,95	104,59
Distributeurs	2/7	260,00	177,00
Constructeurs	Oui	589,00	



Acteurs	Disponible	Prix maximum	Prix minimum
MRA	3/11	290,86	185,00
Distributeurs	2/7	589,00	241,00
Constructeurs	Oui	589,00	



Devis en ligne : zoom sur le véhicule électrique



Les prix de l'entretien VE prennent la forme d'un forfait unique pour tous les modèles

Si plus de la moitié du panel affiche des services dédiés à l'électriques (12 sur 23), seuls 9 y associent un tarif, dont les 5 constructeurs uniquement pour les véhicules de leur marque et 4 MRA. Pour ces derniers, les prestations d'entretien VE sont des forfaits qui restent au même tarif quelque soit le modèle. Ci-dessous l'exemple de First Stop et ses deux formules d'entretien à prix fixe.

Lors des devis réalisés par SpinPart, la tarification était en moyenne **2 fois supérieure chez le constructeur par rapport aux MRA**, avec par exemple 77,35€ pour la Zoé étudiée contre 155€ chez le constructeur.

Aucun tarif n'est disponible sur les sites des distributeurs étudiés. 4 sur 7 proposent un rendez-vous sans tarif. Les constructeurs proposent tous les services et redirigent vers leur réseau de distribution, avec un devis.

Devis de service VE chez First Stop au 16/01/25¹²

Les chiffres clés :

Modifiez votre rendez-vous à tout moment

NOUVEAU e-Contrôle essentiel
6 points de contrôle dédiés au circuit haute tension
49,90€

- Contrôle de l'état de santé de la batterie haute tension
- Contrôle de la batterie de servitude
- Contrôles visuels
Pack de la batterie haute tension
Câbles haute tension
Câbles de charge
Prise de recharge

RECOMMANDÉ e-Contrôle sérénité
22 points de contrôle pour votre véhicule électrique ou hybride
99,90€

e-Contrôle essentiel

- Contrôle des pneus
État d'usure, contrôle et réglage de la pression
- Contrôle du freinage
Plaquettes, disques, flexibles, liquide de frein
- Contrôle de la géométrie et du parallélisme
- Contrôles confort & conformité
Climatisation, plaque d'immatriculation
- Contrôle de la visibilité
Éclairage, essuyage, pare-brise
- Contrôle de la liaison au sol
Suspension, direction, transmission
- Diagnostic électronique
Lecture des codes défauts
- Mise à niveau des liquides
de refroidissement et du lave-glace

CONTACTER MON CENTRE

4/11

MRA proposent un devis en ligne pour un service VE

Aucun

distributeur ne propose de devis sur les services VE

2x

plus cher pour l'entretien VE dans le réseau marque que chez les MRA

Executive summary

Introduction

01 | Offre d'entretien

02 | Accessibilité prix et positionnement

03 | Prise en charge

Conclusion



Executive summary

Introduction

01 | Offre d'entretien

02 | Accessibilité prix et positionnement

03 | Prise en charge

Conclusion

Prise en charge

La prise en charge

Optimiser la prise de rendez-vous en ligne et les services associés pour enrichir l'expérience client digitale en après-vente

SpinPart a analysé la prise en charge des clients sur les différents sites. Cette prise en charge doit permettre aux clients de choisir un garage ou une concession et de réserver un créneau directement en ligne. Les acteurs étudiés dans l'étude, qui offrent des rendez-vous entièrement en ligne, n'ont généralement pas de contact direct avec le client avant la prise en charge en atelier.

21 acteurs sur les 23 étudiés proposent la réservation 100% en ligne.

En complément de la prise de rendez-vous en ligne, **six acteurs offrent des solutions de mobilité dès la sélection du créneau**, telles que des véhicules de courtoisie, des titres de transport ou des vélos.

Par ailleurs, **3 MRA proposent directement sur leur site des interventions à domicile**. Le déplacement est facturé à la manière d'un forfait, et est proposé uniquement pour des interventions légères.

SpinPart a analysé la simplicité de la prise de rendez vous chez les acteurs du panel, et les services proposés avant la prise en charge.



Executive summary

Introduction

01 | Offre d'entretien

02 | Accessibilité prix et positionnement

03 | Prise en charge

Conclusion

La prise de rendez-vous

Garantir au client le choix dans le créneau de prise de rendez-vous est un incontournable

21 des 23 acteurs étudiés offrent une solution de prise de rendez-vous en ligne avec choix du créneau. Lors de la réservation, les MRA qui proposent des devis en ligne rappellent le coût de l'intervention sélectionnée.

Les MRA proposent le choix du lieu et du créneau en deux étapes distinctes. Deux d'entre eux affichent sur la même page les prochains créneaux disponibles dans les différents centres à proximité.

La prise de rendez-vous chez les concessionnaires se réalise via des formulaires en ligne et est reconfirmée avec le client par **téléphone** ou **email** avant la prise en charge.

Proposer la liste des garages à proximité en fonction de la localisation du client est un standard, présent sur l'ensemble des acteurs étudiés à l'exception d'un distributeur.

Bien qu'aucun acteur ne le propose, d'un point de vue client, une piste d'amélioration serait de **fournir des indications d'un temps d'immobilisation moyen en fonction du type de rendez-vous.**

Les chiffres clés :

21/23

acteurs proposent la prise de rendez-vous 100% en ligne

11/11

MRA présentent une liste des créneaux disponibles

22/23

acteurs proposent la liste des points de services les plus proches en fonction de la localisation

Aucun

acteur ne fournit d'information sur le temps d'immobilisation



Executive summary

Introduction

01 | Offre d'entretien

02 | Accessibilité prix et positionnement

03 | Prise en charge

Conclusion

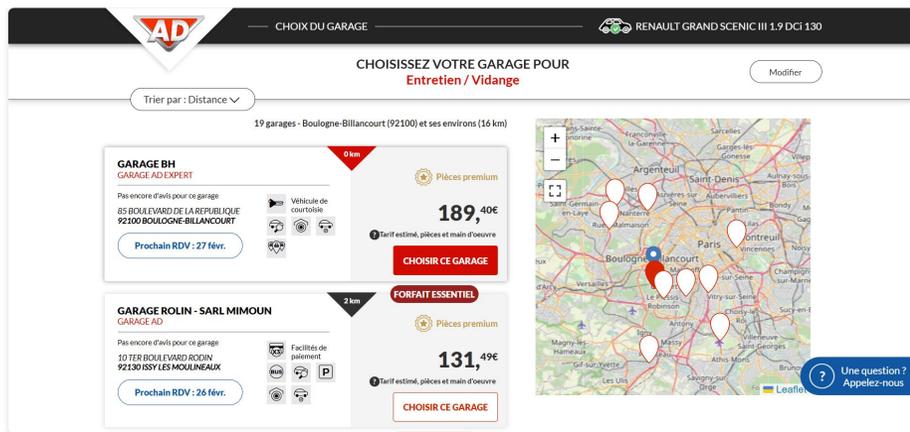
La prise de rendez-vous

Illustration

MRA – exemple AD Garages

Les MRA associent la prise de rendez-vous au choix de la prestation et à un prix. Dans l'exemple de AD Garage, le client choisit une prestation dans le catalogue, et peut ensuite choisir un garage en fonction des prix affichés et des créneaux. **Seuls 2 MRA dont AD Garage propose une liste de garage à proximité et leur disponibilité sur la même page.**

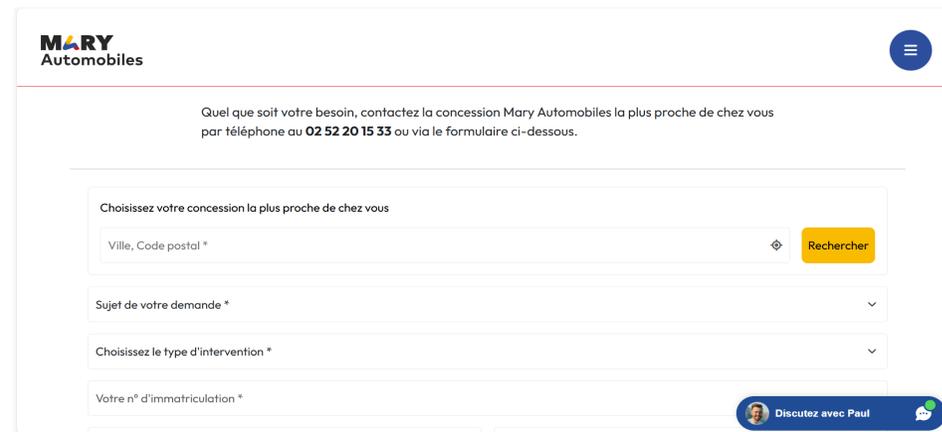
Liste des garages à proximité en fonction des disponibilités chez AD (17/02/25)¹³



Distributeur – exemple Mary

L'offre des distributeurs passe d'abord par la prise de rendez-vous, avant même d'accéder à la liste des services disponibles. Le formulaire d'information présenté au client sur le site de Mary pour prendre rendez-vous est un exemple type du processus des distributeurs en après-vente. **Le distributeur incite à contacter directement une concession par mail ou par téléphone.** Le client n'a pas d'information sur les créneaux disponibles et les prix dans une démarche uniquement en ligne.

Formulaire d'information nécessaire à la prise de rendez-vous chez Mary (17/02/25)¹⁴



Executive summary

Introduction

01 | Offre d'entretien

02 | Accessibilité prix et positionnement

03 | Prise en charge

Conclusion

Prise en charge

Une prise en charge qui reste traditionnelle

La prise en charge du client particulier **reste encore traditionnelle** avec intervention en atelier. Seuls **trois acteurs** proposent explicitement l'entretien à domicile sur leur site bien que cette information soit parfois difficile à trouver.

Dans le cas où la prestation est faite en atelier, **7 acteurs proposent le prêt de véhicule de courtoisie**, toujours lors de la réservation d'un créneau de prise en charge. Dans une recherche en ligne, cela se fait avec la réservation d'un créneau. Certains acteurs proposent également le **prêt d'un vélo ou des tickets de transport** en commun mais cette information reste très difficile à trouver sur internet.

Les chiffres clés :

5

distributeurs proposent le prêt de véhicule contre seulement 2 MRA

3

acteurs proposent de l'entretien à domicile

Liste des services mis en avant sur les sites internet du panel au Q1 2025

	Prêt de véhicule de courtoisie	Ticket de transport
Axial		
Carglass		
Peugeot		
Dacia		
Eurorepar car service		
Fiat		
Feu vert		
First stop		
Five star	✓	
Idgarages.Com		
Midas		
Norauto		
Point S		
Renault		
Réseau AD	✓	
bymycar.fr	✓	
Volkswagen		
Autosphere	✓	
Groupe Mary	✓	✓
Auto Bernard		
Thivolle	✓	
Car avenue	✓	
Gueudet		



Executive summary

Introduction

01 | Offre d'entretien

02 | Accessibilité prix et positionnement

03 | Prise en charge

Conclusion

Conclusion

L'arrivée des véhicules électriques **n'a pas encore transformé l'offre de services d'entretien et de réparation**. Les offres actuelles restent principalement axées sur les véhicules thermiques, restant fidèles à la répartition des motorisations du parc automobile.

Sans surprise, les sites internet des différents acteurs **reflètent leur cœur de métier** :

- Les constructeurs et concessionnaires mettent en avant la vente de véhicules et proposent une section dédiée à l'après-vente, notamment pour la prise de rendez-vous.
- Les réseaux de réparation automobile (MRA) offrent des services d'entretien personnalisables, adaptés aux clients recherchant des prix compétitifs ou des prestations spécifiques.

Les offres dédiées aux véhicules électriques (VE) sont encore rarement mises en avant, sauf chez les constructeurs et certains MRA. Ces derniers anticipent ce marché émergent en proposant des packs d'entretien dédiés aux véhicules électriques.

Les tarifs des concessionnaires restent supérieurs de 20 à 30 % à ceux des MRA pour des prestations équivalentes, indépendamment de la motorisation.

La prise en charge des clients commence à évoluer, avec quelques initiatives de prise en charge à domicile pour les interventions simples, allant au-delà de la simple mise à disposition d'un moyen de transport.

Bien que la démocratisation des VE n'ait pas encore révolutionné l'après-vente, l'arrivée des motorisations à hydrogène pousse les acteurs à se réinventer. La réduction des pièces d'usure dans les véhicules rendra la conquête de parts de marché encore plus critique.



Executive summary

Introduction

01 | Offre d'entretien

02 | Accessibilité prix et positionnement

03 | Prise en charge

Conclusion

Détails des services identifiés comme disponible pendant l'étude



Executive summary

Introduction

01 | Offre d'entretien

02 | Accessibilité prix et positionnement

03 | Prise en charge

Conclusion

Groupe	Révision et vidange	Révision VE	Mécanique	Entretien	Vitrages	Freinage	Climatisation	Contrôle et traitement antipollution	Courroie de distribution	Direction suspension	Pneu	Géométrie	Réparation et crevaison	Batterie et démarrage	Montage d'accessoire	Diagnostic et recherche de panne	Peinture	Carrosserie	Garantie constructeur préservée	Packs de services (entretien, révision, etc.)	Prise de RDV	Garage à proximité	Prise de rendez vous 100% en ligne	Temps d'intervention immobilisation	Devis en ligne	
Axial	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
Carglass					●									●								●	●	●	●	
Peugeot		●																				●	●			
Dacia																			●	●	●	●	●	●	●	●
Eurorepar car service	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●		●	●				●	●	●	●	●	●	●	●	●
Fiat		●																	●	●	●	●	●	●	●	●
Feu vert	●	●	●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●			●	●	●	●	●	●	●	●
First stop		●		●		●	●			●	●	●	●	●								●	●	●		
Five star			●		●	●	●		●	●	●											●	●	●		
Idgarages.Com	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●		●	●		●			●	●	●	●	●	●	●	●
Midas	●	●		●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●			●	●	●	●	●	●	●	●
Norauto	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●
Point S	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●			●	●	●	●	●	●	●	●
Renault		●																		●	●	●	●	●	●	●
Réseau AD	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●		●	●		●			●	●	●	●	●	●	●	●
bymycar.fr	●			●	●	●	●		●	●	●		●	●	●	●			●	●	●	●	●	●	●	●
Volkswagen																			●	●	●	●	●	●	●	●
Autosphere	●					●	●				●		●	●		●			●	●	●	●	●	●	●	●
Groupe Mary	●		●	●		●	●		●	●	●		●	●	●	●			●	●	●	●	●	●	●	●
Auto Bernard	●	●	●	●		●	●	●	●	●	●		●	●	●	●			●	●	●	●	●	●	●	●
Thivolle	●			●	●	●	●				●		●	●	●			●	●	●	●	●	●	●	●	●
Car avenue	●		●	●	●	●	●		●	●	●		●	●		●		●	●	●	●	●	●	●	●	●
Gueudet	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●			●	●	●	●	●	●	●	●

Détails des tarifs obtenus lors de l'étude



Révision	Scenic 150 000km	Espace 30 000km	Zoé	Tesla 30 000km
Axial				
Carglass				
Eurorepar car service	129,00 €			
Feu vert	168,78 €		99,00 €	99,00 €
First stop			49,90 €	49,90 €
Five star				
Idgarages.Com	290,86 €	290,86 €		
Midas	104,59 €	185,00 €	73,00 €	45,00 €
Norauto	206,00 €	207,00 €	89,00 €	114,00 €
Point S				
Réseau AD	131,50 €			
Bymycar.fr				
Autosphere	177,00 €	241,00 €		
Groupe Mary				
Auto Bernard				
Thivolle	260,00 €			
Car Avenue				
Gueudet				
Peugeot				
Dacia				
Fiat				
Renault	589,00 €	319,00 €	155,00 €	
Volkswagen				



Executive summary

Introduction

01 | Offre d'entretien

02 | Accessibilité prix et positionnement

03 | Prise en charge

Conclusion

Rodolph MAZURIER
Senior Manager Automobile



spinpart 

10 rue du Général Foy
75008 Paris
01.75.44.68.90
www.spinpart.fr

