

||

Comment les distributeurs automobiles réinventent la relation client grâce à la qualité de données





Beatrice lenges
DIRECTRICE RELATION CLIENTS

 +33 (0)1 45 36 45 03

 blenges@amabis.fr

 31 avenue du Général Leclerc
92340 Bourg-La-Reine



Aurélien fakir
SENIOR BUSINESS DEVELOPER

 +33 (0)7 44 44 26 96

 afakir@amabis.fr

 31 avenue du Général Leclerc
92340 Bourg-La-Reine

Des solutions conçues pour la distribution automobile

Prestations Data Mode "Curatif" - le socle de base

- **Fiabilisation** des points de contact
- **Enrichissement** des données
- **Rafraîchissement** des données :
 - individus
 - entreprises
 - véhicules

Logiciels Préventifs






- **Assistance** à la saisie
- **Vérification** et **validation** en temps réel

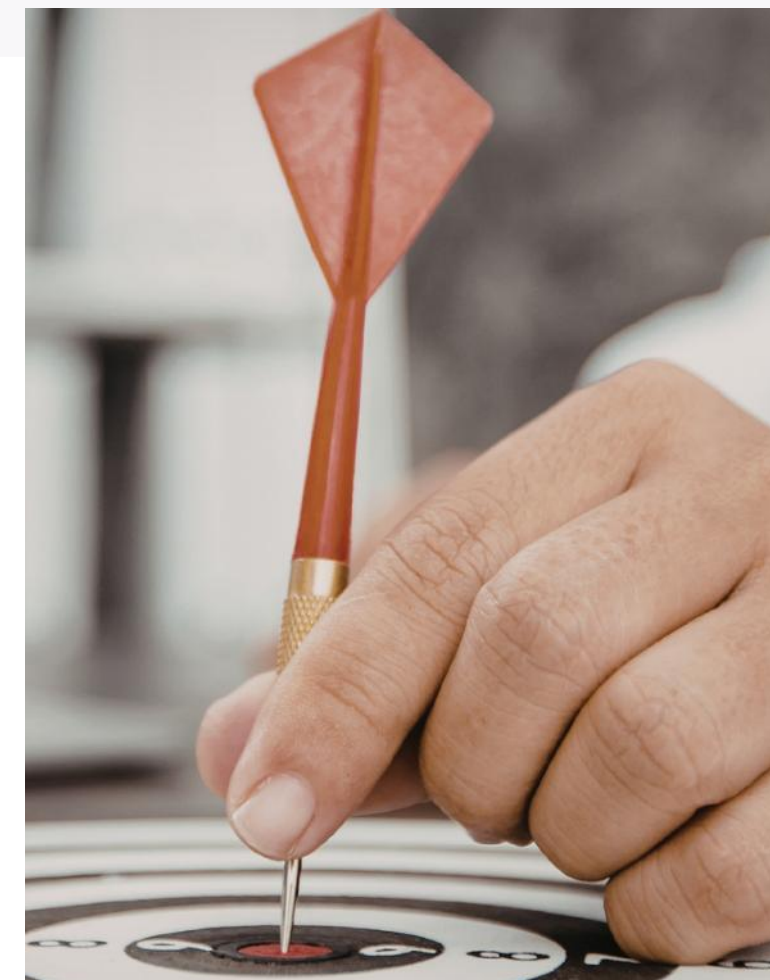
Vision360 Auto

RCU ad hoc pour créer une **vision client 360°** multimarque

Un écosystème de partenaires

Un marché mondial en mutation depuis la pandémie de COVID, la France particulièrement touchée :

-  Un marché du VN qui reste bas
-  Des doutes vis-à-vis de l'électrique
-  De nouveaux acteurs chinois qui osent tout
-  Des distributeurs qui se regroupent
-  Des enjeux en VN, mais aussi en VO et APV



Vous, distributeurs, avez donc un **grand enjeu de fidélisation** de vos clients. Car cela vous coûtera toujours moins cher que l'acquisition de nouveaux clients.

Dans ce marché automobile en pleine transformation, la donnée client est devenue un levier stratégique



Parcours clients multicanaux



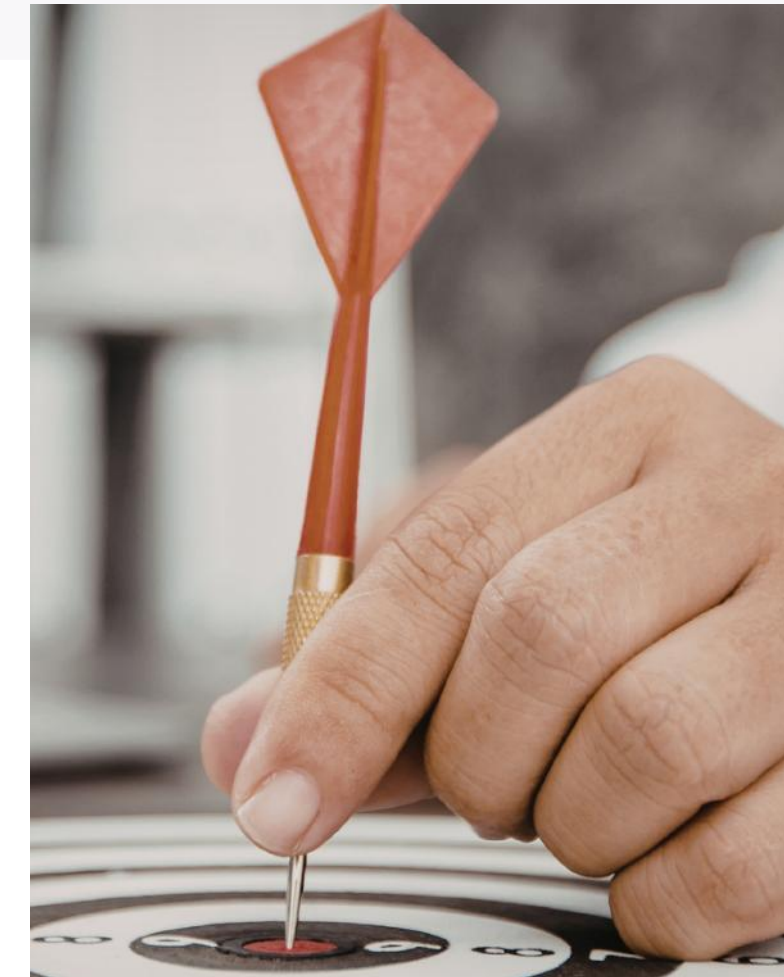
Nouveaux acteurs & nouveaux usages



Pression sur la fidélisation et la rentabilité



Contexte du marché automobile sous tension



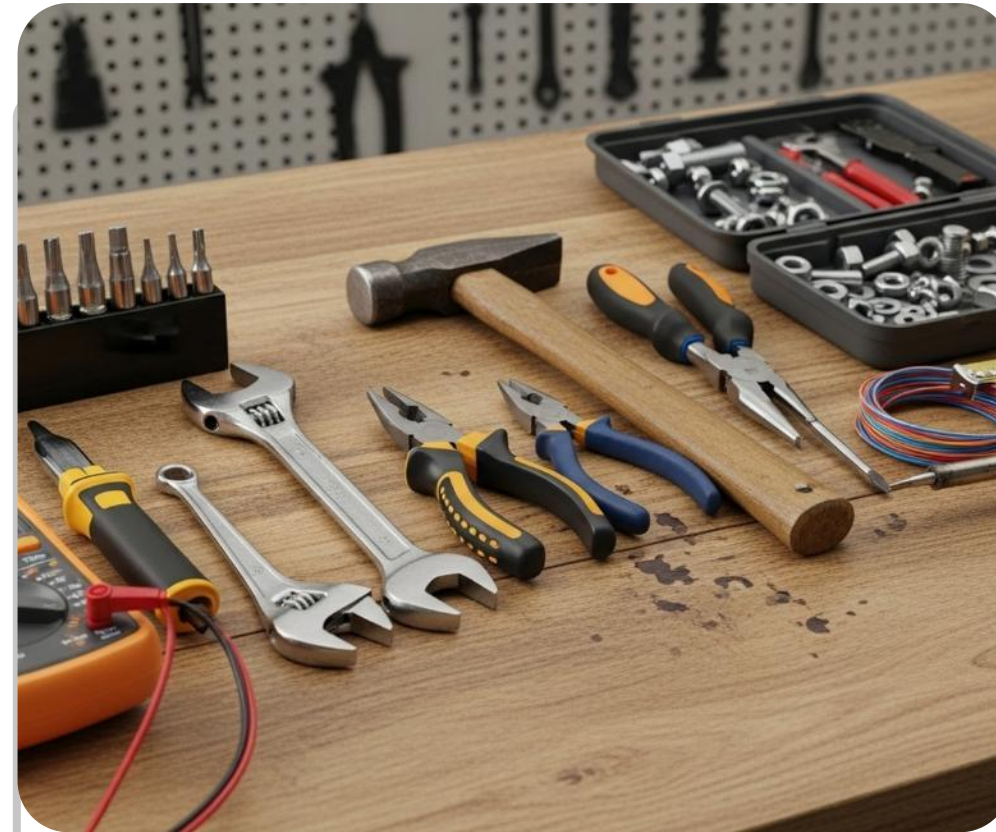
L'objectif de ce webinar : comprendre pourquoi la qualité de vos données Clients est désormais critique et comment l'activer concrètement.

Les équipes marketing et commerciales font face à 3 difficultés majeures :



Des bases clients volumineuses mais peu exploitables

(données obsolètes, incomplètes, erronées, doublonnées)



Une multiplication des outils non connectés

DMS, CRM, leads web, e-mailing, call center...



Une visibilité partielle sur le parcours client

VN / VO / APV, dans un contexte multimarque

👉 **Résultat** : une relation client fragmentée et des opportunités manquées.

La réalité de la qualité de données dans l'automobile

Moyennes observées lors d'audits data terrain

amabis

Données clients obsolètes



40%

des clients BtoC
décédés ou déménagés
des clients BtoB ne sont plus actifs

35%

des véhicules
plus détenus par
leur propriétaire

Données inexploitable



40%

seulement
d'e-mails réellement
contactables

25%

d'erreurs sur les
données de saisie

Vision client faussée



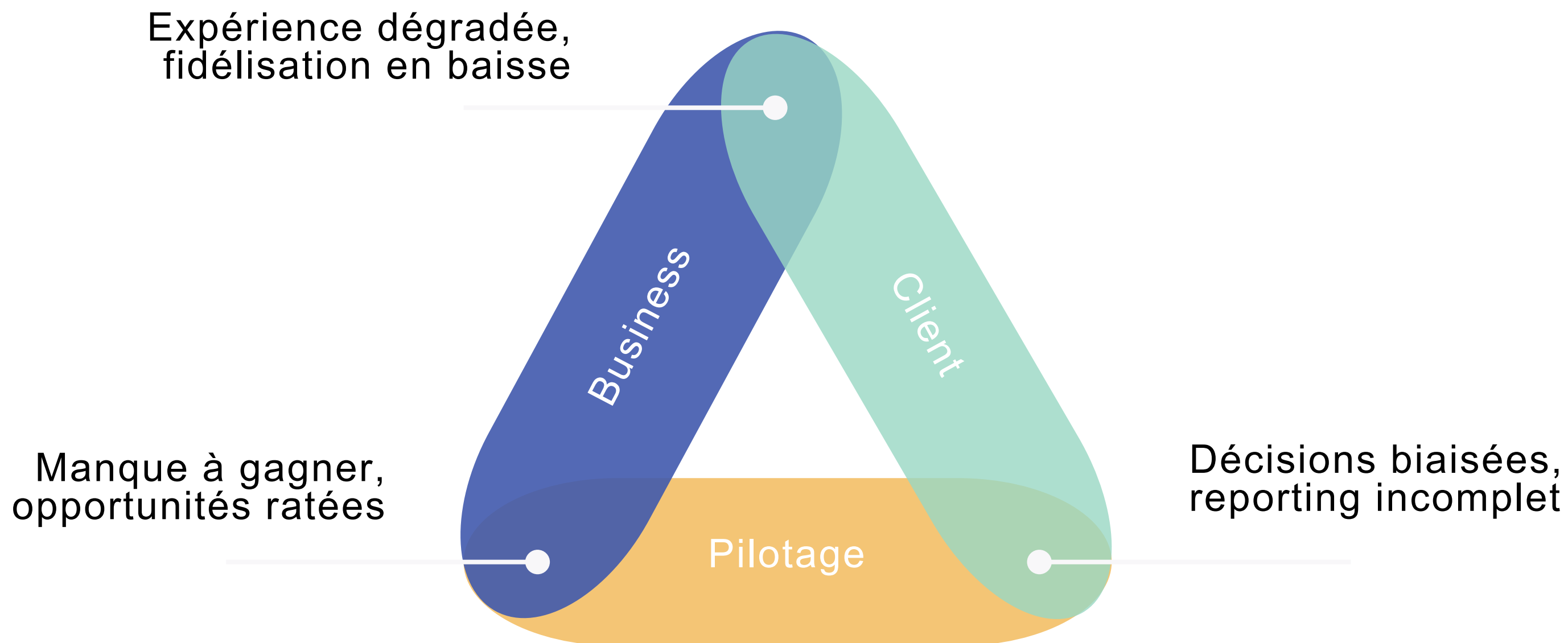
50%

de doublons
dans la base clients

Absence de vision du parcours client
Absence de vision multimarque

Jusqu'à 50% de valeur commerciale perdue à cause d'une base clients non fiabilisée.

Une donnée client de mauvaise qualité impacte directement :



👉 Sans données fiables, impossible de piloter efficacement.

Unifier, fiabiliser et exploiter la donnée client

Une vision client 360° permet :



une connaissance client complète



un parcours fluide VN / VO / APV



une meilleure coordination marketing – vente – atelier








des décisions basées sur des données fiables



👉 Un client mieux connu, c'est plus de ventes et plus de fidélité.

À quoi ressemble une donnée réellement exploitable ?

-  une fiche client unique
-  un historique complet (VN, VO, APV)
-  des segments activables immédiatement
-  des indicateurs clairs pour décider
-  des données de contactabilité à jour, valides et enrichies

Ce n'est pas "plus de données", cela devient "de meilleures données".

Les distributeurs recherchent aujourd'hui des projets data :

- ✓ rapides à démarrer avec des quick wins
- ✓ orientés cas d'usage prioritaires
- ✓ sans refonte lourde des outils existants
- ✓ interopérables et évolutifs
- ✓ avec un ROI mesurable rapidement



 Objectif : délivrer vite de la valeur métier.

Une base client fiabilisée permet :

Bénéfices concrets observés



+20 %

de performance commerciale

Bénéfices concrets observés



-10 %

de churn client

Bénéfices concrets observés



-15 %

de coûts marketing



Meilleure performance
VN / VO / APV

👉 La qualité de données devient un levier business tangible.

La démarche Data Quality d'un distributeur automobile

Étape 1 : Diagnostic de l'existant

→ Mesurer les pertes d'opportunités et les gains potentiels en ROI.

Étape 2 : Correction, mise à jour et enrichissement des données (individus, sociétés et véhicules)

→ Augmentation de la contactabilité
→ Amélioration du taux de conversion des campagnes marketing
→ Augmentation du trafic en concession (JPO, opérations commerciales, etc.)

Étape 3 : Mise en place d'une vision client unique et multimarque

→ Réduction du churn
→ La bonne offre, au bon moment
→ Amélioration de l'expérience client

Ne laissez plus vos données en sommeil

Nous vous offrons un diagnostic data pour :

évaluer la **qualité**
et la **fraîcheur**
des données

mesurer les
doublons et les
potentiels de
rapprochement
Clients

identifier des **axes**
de gains
rapides

 Un premier pas concret pour transformer vos données en performance.

Concrètement, un audit :



Client: Amabis
Nom du fichier: PR2511_0042.toAmahub
Nombre d'enregistrements reçus: 2054760
Date de reception: 2025-11-26 15:12:13
Contexte: Audit

Complétude des champs

| Nom du champ d'origine | Nom du champ mappé | Nombre d'enregistrements renseignés | Taux |
|------------------------|---|-------------------------------------|------|
| idamabis | Clé du client | 2 054 760 | 100% |
| nom | Nom de famille | 2 021 449 | 98% |
| prenom | Prénom | 2 050 312 | 100% |
| date_naissance | Date de naissance format AAAAMMJJ ou AAMMJJ | 1 024 686 | 50% |
| telephone | Téléphone/Mobile 1 | 504 837 | 25% |
| mail | Email 1 | 1 692 820 | 82% |
| societe | Raison sociale | 3 958 | 0% |
| siret | SIRET | 465 | 0% |
| adresse_l1 | Adresse Ligne 3 - Numéro et nom de la voie | 882 542 | 43% |
| adresse_l2 | Adresse Ligne 4 - Complément d'adresse | 103 777 | 5% |
| codepostal | Code postal | 1 437 921 | 70% |
| ville | Ville | 1 062 051 | 52% |
| pays | Pays | 1 437 925 | 70% |

Points de contact

| Nombre points de contact | Nombre | Taux |
|--------------------------|---------|------|
| 0 point de contact | 147 301 | 7% |
| 1 point de contact | 586 314 | 29% |
| 2 points de contact | 852 524 | 41% |
| 3 points de contact | 241 396 | 12% |
| 4 points de contact | 227 225 | 11% |

Un point de contact peut être un NOM + PRENOM, complété par :

- Une adresse postale
- Un email
- Un téléphone fixe / mobile
- Une date de naissance

Ces points de contact sont utilisés pour augmenter les probabilités d'identification de contacts identiques lors du traitement de vos données.



Concrètement, un audit :

RNVP - Avant normalisation des adresses postales




RNVP - Après normalisation des adresses postales



RNVP - Détail des adresses correctes

| Valeurs de RNVP_statut | Nombre | Taux |
|--|----------------|------------|
| Adresse validée (code OKxO) | 579 479 | 40% |
| Organisme (Entreprise) identifié dans le fichier CEDEXA (code OKxOR) | 541 | 0% |
| Adresse valide postale (BP, Cedex, Poste Restante) mais géographiquement imprécise (la commune ou la voie n'a pas pu être identifiée) (code OKxXG) | 808 | 0% |
| Identification d'un unique complément de distribution. Celui-ci est proposé dans l'objet ERRSTR (code OKxBA) | 54 310 | 4% |
| Total | 635 138 | 44% |



Concrètement, un audit :

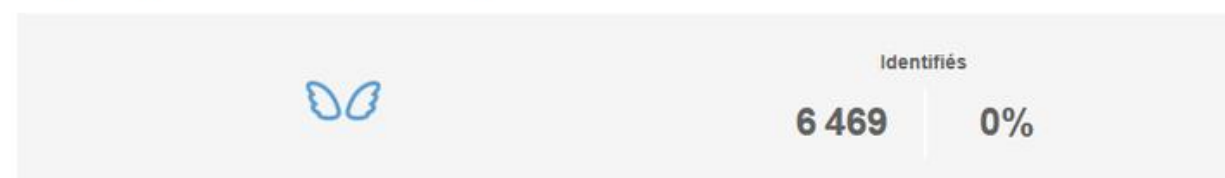
Vérification syntaxique des emails



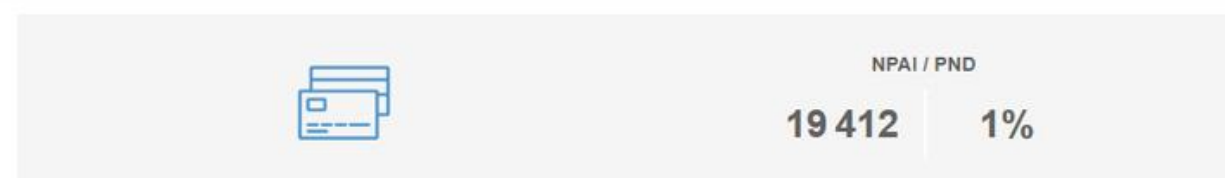
Vérification syntaxique des téléphones



Identification des personnes décédées



Identification des personnes ayant déménagées



Concrètement, un audit :

Dédoublonnage - Individu



Nbre d'enregistrements entrés en dédoublonnage
2 054 760



Quantité nette (uniques + têtes)
1 964 886



Taux net
96%

Dédoublonnage - Individu

| Fichier | Individus uniques | Têtes de groupes | Doublons internes | Net - Uniques + Têtes de groupe | Total |
|----------------------|-------------------|------------------|-------------------|---------------------------------|-----------|
| PR2511_0042.toAmahub | 1 883 777 | 81 109 | 89 874 | 1 964 886 | 2 054 760 |
| Total | 1 883 777 | 81 109 | 89 874 | 1 964 886 | 2 054 760 |

Dédoublonnage - Individu - Détails des enregistrements en double ou multiples par groupe

| Type de groupe | Nombre |
|----------------|--------|
| Groupes de 2 | 74 876 |
| Groupes de 3 | 4 903 |
| Groupes de 4 | 912 |
| Groupes de 5 | 198 |
| Groupes > 5 | 220 |

Dédoublonnage - Foyer



Nbre d'enregistrements entrés en dédoublonnage
2 054 760



Quantité nette (uniques + têtes)
1 998 303



Taux net
97%



Concrètement, un audit :

Enrichissement Fixes - Fidélisation clients



Enrichissement Fixes - Non inscrits Bloctel



Validation Téléphones Fixes

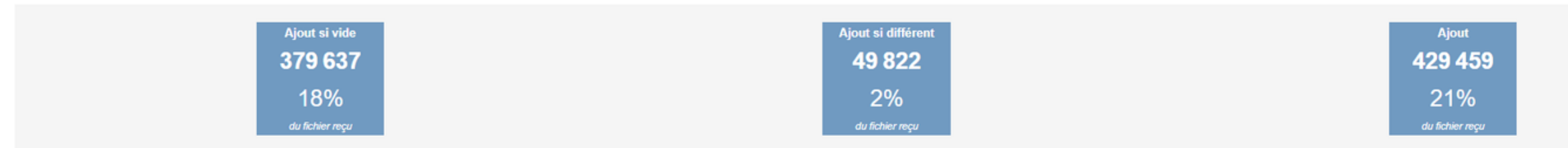


Enrichissement Mobiles - Fidélisation clients

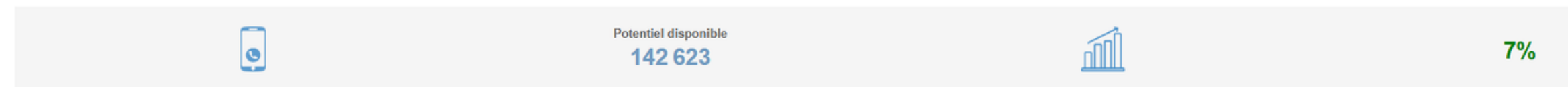


Concrètement, un audit :

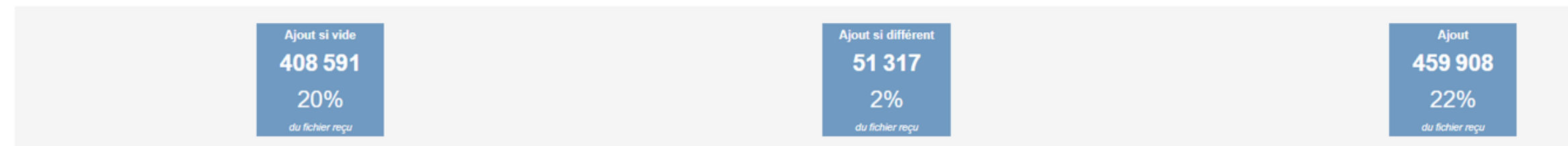
Enrichissement Mobiles - Non inscrits Bloctel



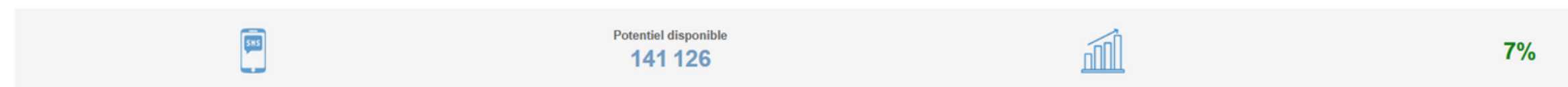
Validation Téléphones Mobiles



Enrichissement SMS - Fidélisation clients



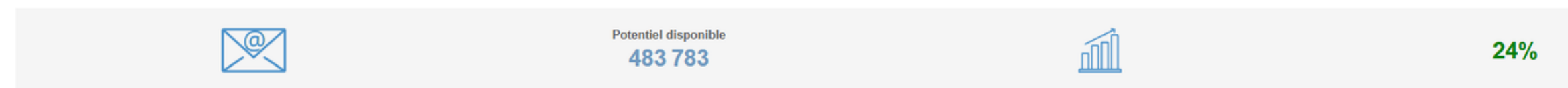
Validation Téléphones Mobiles SMS



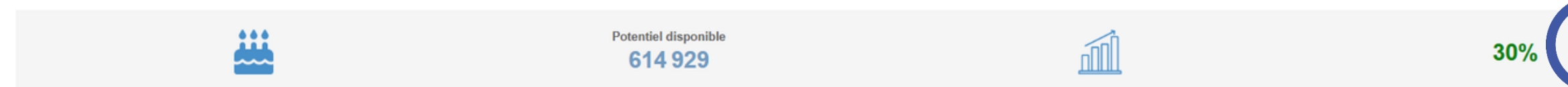
Enrichissement Emails - Fidélisation clients



Validation Emails



Enrichissement Date de naissance

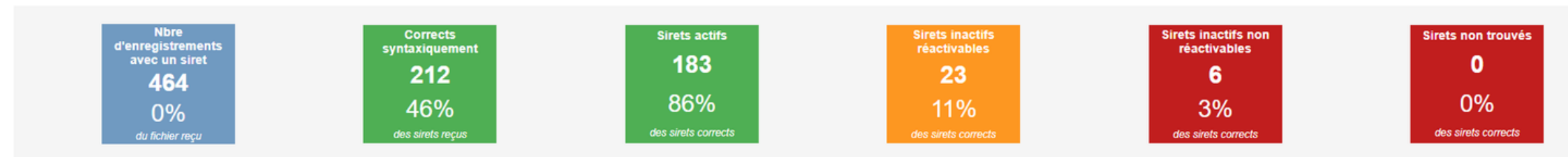


Concrètement, un audit :

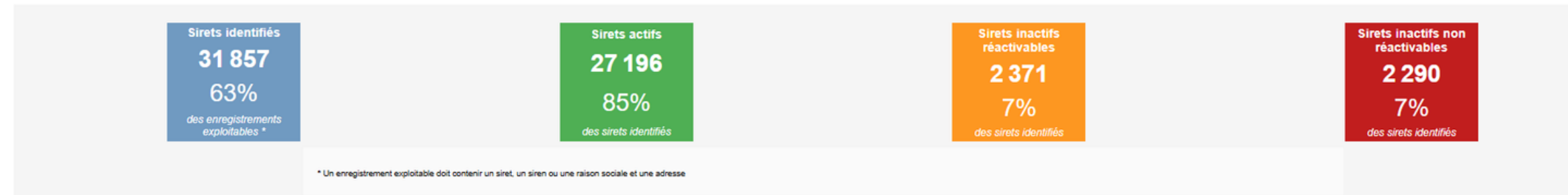
Vérification des siren en entrée



Vérification des sirets en entrée



Siretisation



Siretisation - Détail

| Description | Nombre | Taux |
|---|-----------|------|
| Enregistrements dans le fichier d'origine | 2 054 760 | |
| Enregistrements exploitables | 50 278 | 100% |
| Sirets identifiés | 31 857 | 63% |
| Dont sirets actifs | 27 196 | 85% |
| Dont sirets inactifs réactivables | 2 371 | 7% |
| Dont sirets inactifs non réactivables | 2 290 | 7% |
| Enregistrements non siretés | 18 421 | 37% |



Ils nous ont confié leurs données !

CARMILA



l'Assurance
Maladie
Caisse Nationale

CRÉDIT AGRICOLE
CONSUMER FINANCE

chronopost

croix-rouge française



GEMY
AUTOMOBILES

Tressol-Chabrier

Garrefour

abeille
ASSURANCES

Kroely

Allianz

CORSAIR

Cofidis

FONDATION
DU PATRIMOINE

G7

GRUPE
AQUITEM

S
SOFIPEL

BPM

LEASYS