

The background of the slide is a dark blue, textured surface with a prominent fingerprint pattern. The fingerprint lines are rendered in a lighter blue, almost white, color, creating a sense of depth and complexity. The overall aesthetic is high-tech and data-oriented.

Deloitte.

Lutte pour la maîtrise des données

Janvier 2017

L'évolution de l'industrie automobile

Au cours de ces 15 prochaines années, l'industrie automobile va-t-elle connaître des changements plus importants qu'au cours de ces 100 dernières années ?

Env. 1915



Env. 2015



Env. 2030



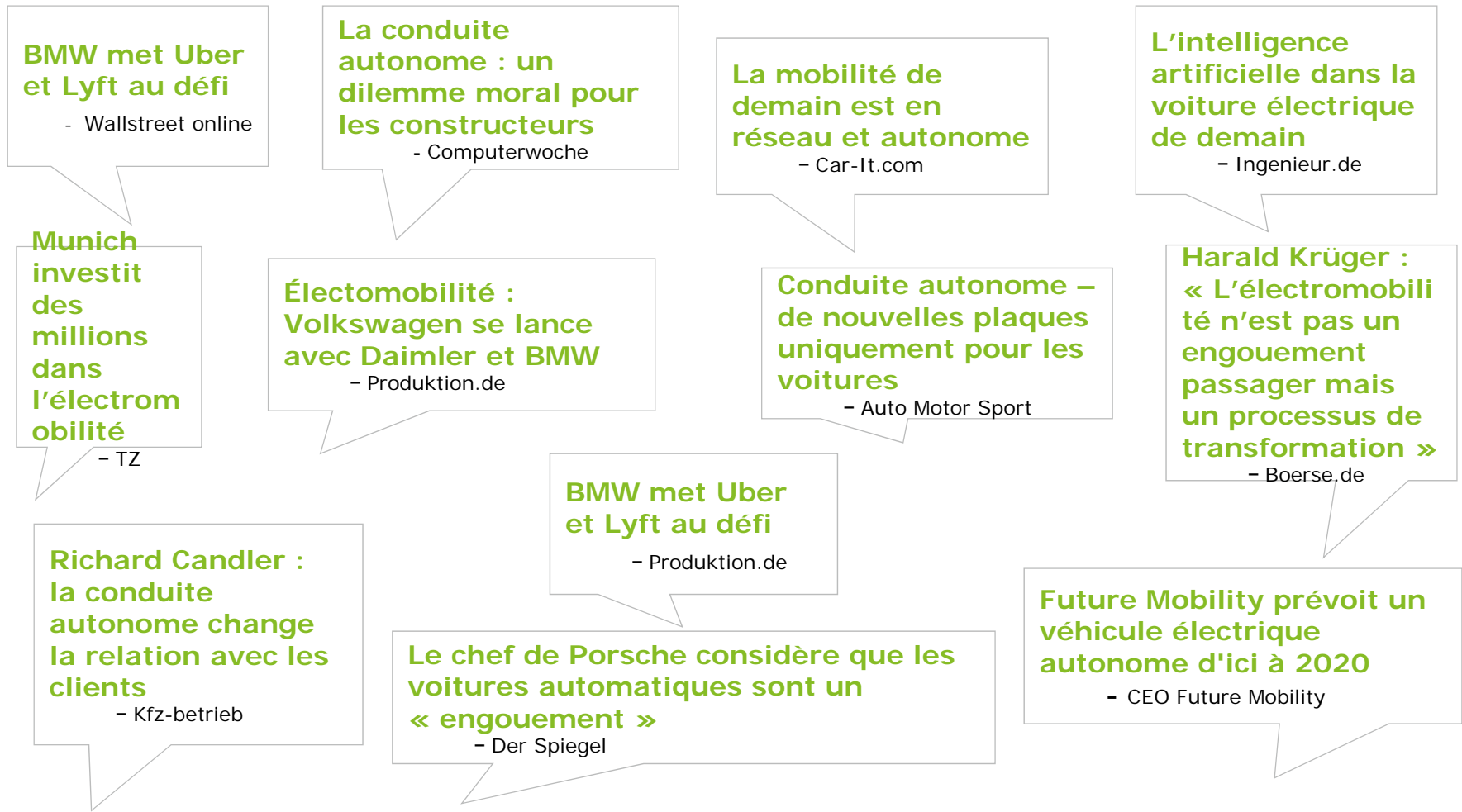
Qu'est-ce qui a radicalement changé au cours de ces 100 dernières années ?

Qu'est-ce va changer au cours de ces 15 prochaines années ?

Source : theshedwarroad.com, www.bmw.com, www.ubergizmo.com

Voix de la presse

Présentation par les quotidiens



Les 4 tendances de la perturbation

4 moteurs sont évidents – le degré et la vitesse vont connaître des différences régionales

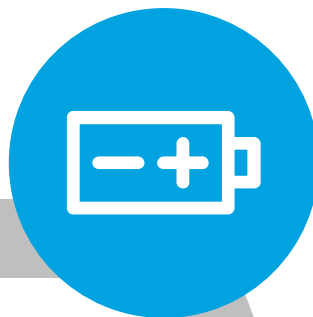
Conduite autonome

Changement d'utilisation du véhicule - quelle sera la puissance des nouveaux acteurs du marché ?



Électromobilité

Comment les véhicules neufs alternatifs changent-ils l'industrie, l'infrastructure et les prestations ?
(par exemple DE 2030 : 52 %-93 % de voitures neuves à entraînement alternatif)



Économie partagée

Qui est le « client » quand le véhicule n'est plus acheté par des individus ?



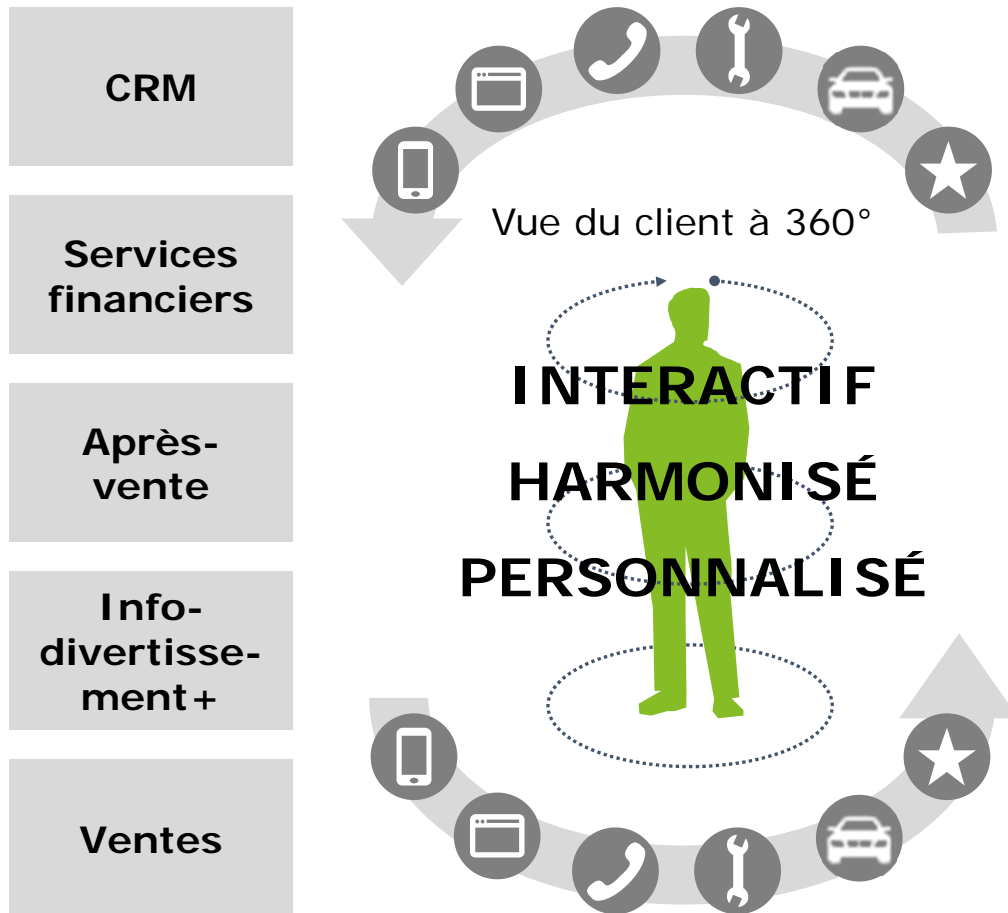
Connectivité

Outre Google et Alibaba, qui peut profiter de la mise en réseau croissante ?



Connectivité – nécessité et utilisation (1/2)

Du point de vue du client, il faut une utilisation des données harmonisée



Intérêt pour le client

Expérience bout-en-bout cohérente à tous les points de contact, y compris « Single Sign On »

Offres personnalisées et interaction améliorée avec les clients grâce aux connaissances des données des clients et des véhicules

Intérêt pour le constructeur

Accès direct aux clients et analyse des préférences, retour sur investissement (RoI) croissant pour le marketing et les ventes

Augmentation de l'efficacité grâce à une homogénéisation des processus et systèmes, gouvernance simplifiée

Intérêt pour le concessionnaire

Des informations des clients mieux qualifiées entraînent un taux de conversion et de rétention plus élevé

Chiffres d'affaires de l'après-vente et du service en hausse grâce à des offres personnalisées et à une optimisation de l'occupation

Connectivité – nécessité et utilisation (2/2)

De premiers exemples de cas montrent la collecte et l'utilisation des données des clients par les applications des fabricants d'équipements d'origine (OEM)

CRM

**Services
financiers**

**Après-
Ventes**

**Info-
divertis-
sement+**

Ventes



- Vue d'ensemble du compte
- Garage virtuel
- Service de renseignements

- Gestion des paiements
- Vue d'ensemble des factures
- Plateforme de négociation

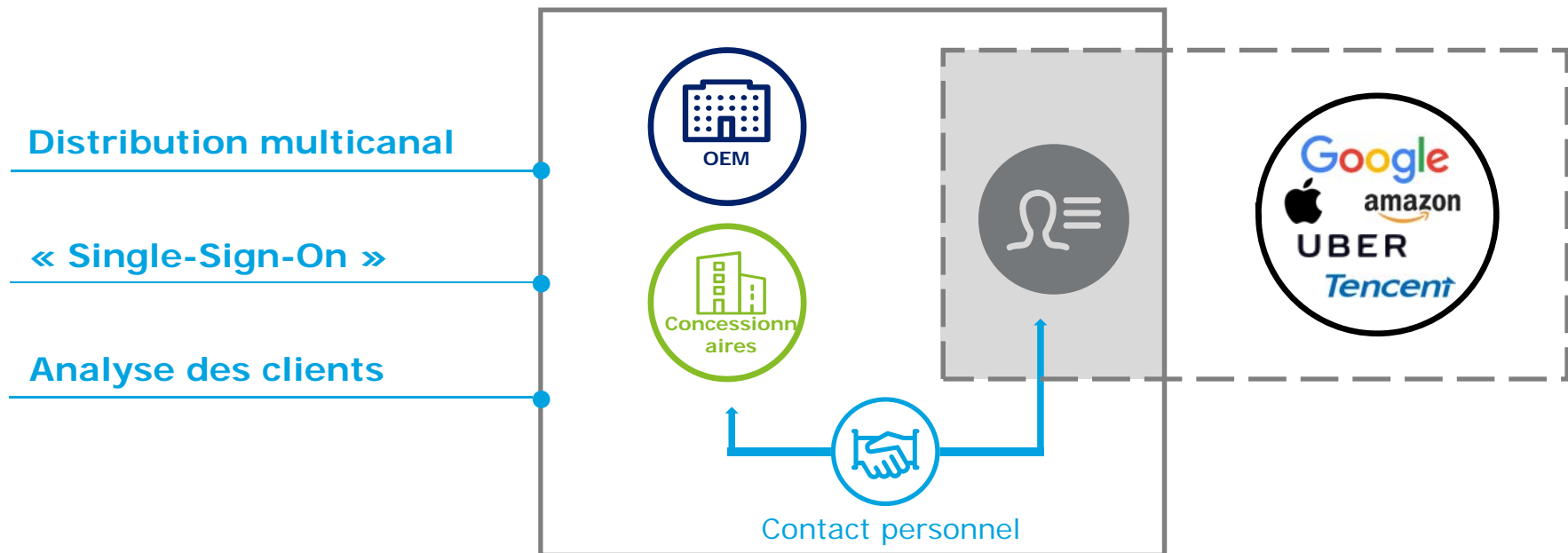
- Prise d'un rendez-vous
- Rappels de service
- Localisation de concessionnaires

- Intégration dans les réseaux sociaux
- Plateforme d'appli OEM
- Commande à distance du véhicule
- Profils d'utilisation
- Intégration d'un chat
- Aides au quotidien

Maîtrise des données

La maîtrise des données n'est pas le seul apanage des OEM ou des concessionnaires – il est décisif d'avoir une coopération globale

Lorsque les fabricants d'équipements d'origine (OEM) luttent contre les concessionnaires pour la maîtrise des données, la guerre est déjà perdue



Il faut une intégration des données précoce et totale pour rester compétitifs

Prochaine meilleure action / prochaine meilleure offre

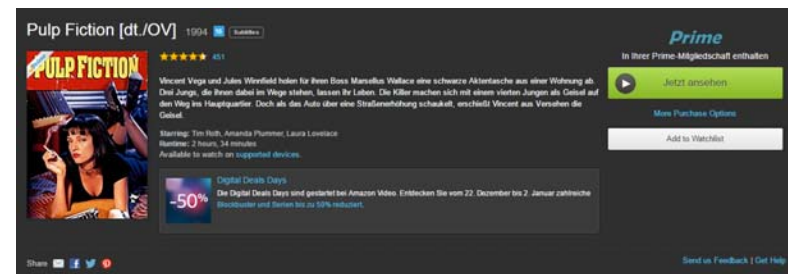
Les précurseurs industriels utilisent d'ores et déjà l'intégration et l'analyse des données des clients, des entreprises et environnementales



Offre sur l'accès au Lounge

Des offres locales et personnalisées – une exploitation dynamique du Lounge

Quelles sont les possibilités pour les OEM et les concessionnaires ?



Customers Who Watched This Item Also Watched



Recommandations pour d'autres produits

Déceler les préférences avant que le client ne le sache lui-même – analyse des comportements et habitudes en ligne

Google comme orchestrateur système

En combinant ses services, Google a le potentiel d'orchestrer les futures écosystèmes de mobilité



Que fait Google ?

Google-Suche

Auf gut Glück!



Google Analytics : connaissance des clients en bits et octets



Google Maps : conseil en mobilité multi-modal – « Big Data » depuis des années



Urban Engines : « comprendre comment bouge le monde »



Waymo : l'intelligence autonome de Google bientôt dans tous les véhicules ?

?

...

L'avenir de la mobilité

Le rôle des concessionnaires va changer



Les exploitants de flottes (autonomes) vont estimer la **couverture géographique**, le client final choisira le commerce comme canal physique car il apprécie le **contact humain**



Deloitte.

Merci beaucoup !