

Sous le capot : La perception des Canadiens quant à l'entretien et la réparation de leur véhicule

Le rapport

Il est essentiel que tout fournisseur de services automobiles comprenne le point de vue des consommateurs en matière d'entretien et de réparation, et en quoi leurs perceptions diffèrent selon les segments du marché. Un client pourrait privilégier la qualité plutôt que le prix, alors qu'un autre pourrait simplement chercher à payer le moins cher possible. Comprendre ces attitudes est essentiel pour atteindre votre but ultime : la confiance et la loyauté du client. Grâce à un sondage auprès de **2000 propriétaires de véhicules**, ce rapport examine leurs comportements, attitudes et préférences à l'égard de l'entretien et des réparations.

Points clés

- De nombreux propriétaires de véhicules ne connaissent pas très bien l'entretien et la réparation, ce qui fait qu'ils se sentent probablement vulnérables.
- Il y a un groupe moins nombreux, mais non moins important qui « croit » être bien informé et pour qui l'entretien et la réparation sont une priorité.
- Les deux segments représentent un défi : le premier peut être sur ses gardes lorsque certains entretiens et réparations sont suggérés, parce qu'il n'est pas « expert », et l'autre segment peut être sur ses gardes parce qu'il croit être au courant et qu'il ne veut pas payer pour des « réparations inutiles ».
- Quoi qu'il en soit, les fournisseurs de services automobiles doivent s'adapter à ces attitudes s'ils veulent être convaincants et inspirer la confiance dans leur communication.

À propos de la série Comportement du consommateur

Il s'agit du premier rapport de la série Comportement du consommateur, qui explore la façon dont les consommateurs pensent, ressentent, raisonnent, et choisissent entre différents produits, marques et détaillants — c'est un outil important pour les fournisseurs de services. Comprendre le comportement des propriétaires de véhicules aide les fournisseurs de services automobiles à positionner leurs produits et services de façon stratégique, et à façonner avec succès leurs pratiques de service à la clientèle. D'autres rapports (à paraître) de la série portent sur les sujets suivants : le choix d'un fournisseur de services, la vente en ligne, la propriété et le partage des données des véhicules.

Disponibilité

Rapport intégral :	Français et anglais
Sommaire :	Français et anglais
Membres de l'AIA :	Gratuit (ouvrez une session sur le site Web)
Non-membres :	199 \$

Des questions?

S'adresser à communications@aiacanada.com