

Pneumatique

pneumatique-lesite.fr

LE MAGAZINE DES PROFESSIONNELS DU PNEU

N°157 SEPTEMBRE-OCTOBRE 2019

événement

Bridgestone
muscle son offre PL

grande saga

Pédarré, 150 ans
que ça roule!

actualités

4 saisons : une
croissance à apprivoiser



dossier

Les réseaux jouent la carte du phygital

interview **Christian Bougeard**, directeur général, SLPA-Chrono Pneus



3 questions à...

Michael Saitow, président et fondateur de Tyre24
« Nous ne sommes qu'aux débuts de la numérisation »

Sur quels éléments appuyez-vous votre stratégie digitale ?

Une grande partie du trafic est générée par des visites directes. Nous utilisons aussi le référencement ainsi que la recherche payante. Nous générons également du trafic à partir de recommandations des internautes. De plus, nous sommes proches des clients pour leur expliquer le commerce numérique. Nous ne nous contentons pas de prendre en charge l'achat de pneus, de jantes et de pièces détachées. Nous proposons des systèmes

complets de boutique en ligne pour les garages et les revendeurs de pneus.

Le tarif continue-t-il de cristalliser l'approche commerciale ?

Au cours des quinze dernières années, nous avons modifié une seule fois notre prix d'abonnement mensuel. Les contrats d'abonnement peuvent être résiliés mensuellement par le client, avec un préavis de 14 jours. Nous proposons également une période d'essai gratuite. En ce qui concerne

les commissions facturées aux vendeurs, nos prix sont encore bien inférieurs à ceux d'Amazon ou d'eBay.

Quelles sont les évolutions à attendre ?

Je pense que nous ne sommes qu'aux débuts de la numérisation. Le service de livraison sera de plus en plus optimisé, et constituera un facteur décisif pour les vendeurs en ligne. Bien entendu, le prix doit être attractif, mais la rapidité et la fiabilité des livraisons augmenteront en tant que



facteurs de décision pour les acheteurs. La « livraison le jour même », selon l'emplacement du vendeur et de l'acheteur, devrait se développer.