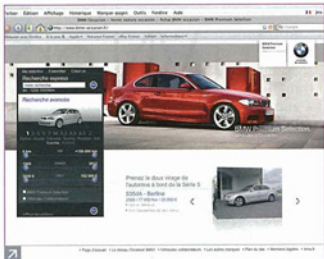


BMW, l'aventurier du Net

Depuis le début d'année, BMW multiplie les initiatives et les opérations sur Internet pour commercialiser ses véhicules d'occasion.



Le constructeur allemand a conçu un site pour la vente des voitures BMW Premium Selection.

Après le lancement des "Offres éphémères" et du site www.bmw-occasion.fr, le constructeur allemand a poursuivi son développement sur le Web en 2009, toujours autour de l'activité occasion. "C'est un canal que l'on a beaucoup investi tant en BtoC qu'en BtoB. A particuliers, nous avons lancé le site [bmw-occasion](http://bmw-occasion.fr) afin de promouvoir le label, accroître la désirabilité des VO de la marque et d'augmenter les ventes de VO BMW par le réseau. Nous avons souhaité y associer des technologies telles que le Widget*, des comparateurs de prix ou un moteur de recherche express. Enfin, les "offres éphémères" sont une opération promotionnelle avec des loyers attractifs et nous permet de communiquer de façon qualitative", explique **Antoine Bourbonneux**, chef du service ventes VO.

Pour l'aspect BtoB, la marque s'affiche depuis quelques mois avec plusieurs acteurs spécialisés dans les ventes de véhicules d'occasion sur Internet. Au point d'ailleurs que l'on s'interroge sur la nature de chacun de ces partenariats et surtout sur le nombre de VO en parc. Est-il si conséquent au point de faire appel aux services de Manheim, Autobid.de et BCAuctions depuis début septembre ? Effet crise ? "Nous avons entamé cette démarche avant même le durcissement du marché et quand celui-ci repartira nous continuerons les ventes aux enchères en ligne, même si les volumes seront certainement réduits, répond Antoine Bourbonneux. C'est capital pour nous d'être présent sur ce canal, cela nous permet d'acquérir de l'expérience. BMW France revend 90 % de ses VO au réseau, mais la capacité d'achats et d'approvisionnements extérieurs est très fluctuante. Nos reprises ne se font pas toujours de façon concomitantes avec celles du réseau ou ne répondent pas toujours à leur besoin. Le canal des

enchères sur le Net est donc un palliatif à l'activité mouvante du réseau", analyse-t-il.

BMW expérimente les enchères en ligne

En plus de ses outils, la marque poursuit donc ses expériences avec ces trois acteurs spécialisés dans les ventes aux enchères. "Mais notre principal partenariat sur le Net est avec Manheim qui a développé l'outil Simulcast pour nous", indique Antoine Bourbonneux. Avec la société Manheim, le constructeur commercialise ses véhicules en retour de location sur le modèle des ventes aux enchères en ligne. Selon un rythme hebdomadaire, les filiales du constructeur établissent une liste nationale d'une quarantaine de véhicules qui sont ensuite proposés aux professionnels de l'Europe entière. "Il n'y a aucun produit en provenance

Le canal des enchères sur le Net est un palliatif à l'activité mouvante du réseau

des concessions de la marque à l'hélice", précise la direction de Manheim France. Avec Autobid, la démarche s'inscrit dans le cadre d'un accord paneuropéen avec BMW AG. Le groupe bénéficie ainsi d'une plate-forme en ligne développée par Autobid, identifiée aux couleurs de la marque BMW, et commercialise des véhicules de fonction d'usine et des véhicules d'occasion récents. Enfin, depuis mai, BCAuctions organise deux fois par semaine (lundi et mercredi) des sessions de ventes de VO en provenance de BMW France sur les sites physiques de Bron et Bonneuil-sur-Marne. Ces ventes sont relayées sur le Net via le LiveOnline. ■

B.L.

*Un peu comme le flux RSS, le Widget est un outil que l'on installe sur son ordinateur et qui permet d'être en contact, en temps réel, avec le site concerné.