

# Originauto : l'avènement d'un ambitieux distributeur "tradigital"

jeudi, 10 septembre 2020

Après une analyse des besoins des réparateurs en matière de comportement sur le web, Originauto propose depuis le mois de janvier une inédite version de son site web où pièces et services riment avec simplicité et efficacité. Son ambition : devenir le principal fournisseur de 3 000 ateliers d'entretien-réparation d'ici 3 ans...

03 20 12 91 51 | Nous rappeler | Mon compte

Originauto

Rechercher dans tout le magasin...

RETOURS/GARANTIES | HOTLINE TECHNIQUE | MON PANIER

Qui Sommes-nous ? | Nos Produits Et Services | Créer Votre Compte | Nos Clients | Blog

Les frais de port sont gratuits.

LES + ORIGINALS

LIVRAISON LE JOUR MÊME\*  
2 FOIS PAR JOUR !

\* pour les villes éligibles

Originauto

Votre distributeur stockiste sur internet

Créer un compte

Besoin d'aide ?

2020 restera synonyme de renaissance pour [Originauto](#). Lancé en 2014 par Luc Azilidon, [le site prenait alors bruyamment pied dans le paysage de la réparation](#), se présentant alors comme «*le premier site internet de e-commerce BtoB en circuit court, pour permettre aux réparateurs de renouer avec des niveaux d'achat très compétitifs*». En 2018, il passait sous la bannière de Mobivia. Et depuis, silence radio ou presque...



Nicolas de Gaudemont, DG d'Originauto.

Il revient aujourd'hui sur le devant de la scène dans une seconde version après 6 mois d'intenses développements, avec une promesse : « *réconcilier le meilleur des deux mondes. Le meilleur de la distribution traditionnelle synonyme de proximité, de conseils, de support technique et le meilleur du commerce en ligne* », ambitionne Nicolas de Gaudemont, directeur général du distributeur.

### **Respect du positionnement prix traditionnel**

Si sur le fond, le concept ne change pas, exit évidemment le positionnement prix racoleur des débuts. L'Originauto "made in Mobivia" se veut un distributeur de pièces de rechange digitalisé, exclusivement axé sur le commerce B2B (numéro de SIRET demandé pour l'inscription) et proposant des pièces équipementières et des alternatives économiquement plus abordables, mais en respectant prix et marges.

D'autant que Nicolas de Gaudemont insistera plusieurs fois : l'attente majeur du réparateur n'est pas le meilleur prix, mais la bonne identification de la pièce, sa disponibilité et sa rapide livraison. Bref, une logistique, une fiabilité, des services et une simplicité qui interdisent que l'on déshabille le prix de la pièce de sa part de coûts "serviciels"...

### **Un authentique distributeur**

Autre clarification : Originauto est un distributeur. A ce titre, il se comporte comme tel, tarifairement donc, mais aussi organisationnellement. Entendre qu'il achète pièces et services pour les revendre. C'est lui qui facture, c'est lui qui incarne la relation directe avec son client réparateur.

Il n'y a donc aucune approche intermédiaire, aucune stratégie parasitaire. Originauto revendique son statut de distributeur et en assume toutes les responsabilités. Et donc, tous les réflexes-clés.

### **Pensé par et pour les réparateurs**

Les attentes et les habitudes des réparateurs sont donc fondamentales. Leur prise en compte fonde d'ailleurs la genèse de la version 2.0. Le site a été profondément remanié afin de répondre au plus près aux besoins des ateliers internautes, qui comme tout un chacun, basent leur expérience digitale professionnelle selon des standards vécus dans leur vie de tous les jours, lorsqu'ils se rendent sur des sites marchands (donc B2C). « *Le digital ne doit pas dicter ses règles aux professionnels mais s'adapter aux leurs* », martèle N. de Gaudemont.

Ainsi, foin de tout présumé. C'est sur la base d'interviews clients et d'une étude commanditée par Originauto auprès de GiPA (voir l'encadré ci-dessous) que diverses fonctionnalités sont apparues, la navigation sur le site repensée, la présentation des diverses familles de produits affinée, etc. Avec pour maître-mot un gain de temps pour des réparateurs qui passent déjà professionnellement jusqu'à 1h30 par jour sur internet. Soit l'équivalent-temps d'une prestation par jour...

*In fine*, le nouvel Originauto ne renie pas son ADN, à commencer par la pertinence de son catalogue dont il affine considérablement la profondeur et la largeur des gammes. Il propose non seulement un spectre plus large de produits, mais aussi dorénavant de services, afin de se placer en véritable distributeur traditionnel sur internet. Un distributeur « *tradigital* » vient de naître, insiste le directeur général. Premier gage : cette solution, autrefois payante, est désormais 100% gratuite pour le réparateur !

## **Cheminement symbiotique**

La notion de gain de temps à la commande est omniprésente. Une fois la plaque d'immatriculation rentrée, la carte grise apparaît automatiquement. Le réparateur-internaute choisit alors autant de familles de produits souhaitées en fonction de son intervention, les trouvent classées d'office par fréquence de besoin, peut se satisfaire des principaux composants ou facilement élargir sa recherche à l'ensemble des sous-catégories de la fonction.

Lorsqu'un site web traditionnel lui impose de décomposer ses recherches par famille de produits et de recommencer à chaque itération, Originauto s'applique à dérouler son contenu en symbiose avec le cheminement habituel des gestes techniques et des process de réparation.

Chaque recherche propose des pièces d'équipementier de rang 1 ou des marques plus économiques. La qualité des pièces est clairement mise en avant pour chaque référence proposée avec, systématiquement, la mention «Premium» ou «Économique».

La marque est rendue immédiatement identifiable avec photo, informations utiles, mais aussi et surtout prix public (automatiquement mis à jour) à côté du prix d'achat, «*des prix décidés par Originauto en vertu d'une constante surveillance marché*», souligne le DG. Le réparateur sait aussi immédiatement laquelle des références est livrable «*aujourd'hui*» ou «*demain*». Même facilité d'identification des disponibilités : la référence qui ne l'est pas apparaît sur fond grisé.

## **300 000 références d'office**

Côté catalogue électronique, Originauto annonce couvrir 197 familles de produits, allant de la pièce d'usure à l'équipement d'atelier en passant par le pneumatique, la pièce technique, les consommables, la pièce de réemploi (via le site [reparcar.fr](http://reparcar.fr), à partir du mois d'octobre) ou encore la petite carrosserie !

Soit «*300 000 références issus de 70 fournisseurs, livrables deux fois par jour*», précise Nicolas de Gaudemont. Et d'ajouter : «*En 2021, l'offre pneumatique s'enrichira par ailleurs d'une offre en matière de pneus d'occasion*»...

## **Un nécessaire multi-approvisionnement**

Où doit-il et devra-t-il s'approvisionner pour tenir nationalement ces ambitieuses promesses en nombre de références, en disponibilité et en rapidité de livraison ? Top secret, sinon que les fournisseurs sont une vingtaine et devront doubler à terme. «*Nos partenaires restent discrets*, évacue N. de Gaudemont ; *mais nous avons opté pour un multi-approvisionnement pour des raisons évidentes. Aucun distributeur ne peut seul promettre et livrer localement, régionalement et même nationalement 300 000 références, soit 97% des besoins du parc. Seul l'assemblage de plusieurs sourcing peut permettre de garantir la réalité et la stabilité de nos promesses*».

Ce subtil agrégat logistique est aussi le seul à pouvoir assurer, partout, la mise en valeur et la disponibilité logistique des gammes de 70 fournisseurs référencés par Originauto. Un délicat puzzle qui passera forcément et pragmatiquement par tous types d'acteurs logistiques (distributeurs spécialisés, plateformes et autres), chaque fois que de besoin. Nous ne saurons donc pas non plus quel rôle les 9 plateformes

régionales d'Exadis, codétenue par Renault et Mobivia, joueront dans cet écheveau de prestataires. Une seule certitude : c'est la qualité de l'offre qui doit guider les référencements, pas les obligations intragroupes...

### **Épouser l'excellence de la distribution traditionnelle**

La densité et la variété de ce schéma logistique va donc continuer de s'accroître jusqu'à rendre totalement effective, partout en France, ces deux livraisons/jour considérées comme un minimum crédible par les réparateurs et comme un pré-requis fondateur pour le nouvel Originauto. *«Nous y serons parvenus partout fin 2021»*, promet N. de Gaudemont.

Pour bien illustrer sa volonté de coller au plus près des canons du commerce traditionnel de la pièce, l'inscription au site est gratuite, comme la livraison et les retours des pièces. Si retour garantie il y a -et si bien sûr ce dernier est causé par la pièce et non par son montage- le remboursement de la main d'œuvre est même évoqué. Comme chez un distributeur-stockiste, tant il est vrai que le couple rapidité et gratuité est consubstantiel à la relation distributeur-réparateur.

Originauto s'approche encore un peu plus du modèle traditionnel en promettant le déploiement d'actions d'animations commerciales et autres RFA.

### **Services d'un trad', dont l'humain**

Qui dit distribution traditionnelle dit aussi relation humaine. Or, la présence physique est difficile à promettre en digital. La simplicité ergonomique, la réduction du nombre de clic, l'extrême simplicité de la gestion des retours intégrée sur le site ou le souci d'adapter l'ensemble du parcours client pro aux réalités quotidiennes d'un atelier ne peuvent pas tout. Si les pros utilisent toujours plus le web pour s'informer sur les produits et leurs prix, l'un des freins à l'acte d'achat porte sur la désincarnation digitale de la relation.

Originauto a donc eu le souci d'une hotline pro, joignable évidemment par téléphone, même si l'étude commandée au GiPA minore l'importance de cet outil de communication séculaire chez les réparateurs. Le dialogue est aussi possible par chat, par mail, etc. l'objectif, là encore, est de faciliter cette prise de contact réelle attendue à la fois rapidement et classiquement par le réparateur.

### **Une approche évolutive**

A la manière là encore de la distribution traditionnelle, Originauto a soigné le support technique avec la mise à disposition de méthode réparation via son partenaire historique Autodata, de schémas de montage, de cross références avec les pièces OE. Suivront bientôt la possibilité d'établir des devis rapides pour les clients automobiliste du garage, des contrats d'entretien et de certification pour les équipements de l'atelier.

*«Le site est conçu pour analyser et identifier les habitudes et les attentes des clients-réparateurs, souligne le DG ; nous ajouterons tous les services qui nous paraîtront nécessaires pour accroître la satisfaction et la fidélité de nos clients».*

## **Fortes ambitions**

Lancé en janvier dernier, la deuxième version d'Originauto donne d'ores et déjà des résultats : le chiffre d'affaires à fin juillet a bondi de 77% par rapport à la même période en 2019. Le nombre de nouveaux comptes clients a enregistré une hausse de 40% depuis son lancement tandis que le trafic sur le site a augmenté de quelque 328%. Plus important encore : « *nous souhaitons capitaliser sur le très fort taux de fidélisation que nous enregistrons depuis le lancement en janvier, avec 90% des réparateurs qui reviennent d'un mois sur l'autre* », souligne Nicolas de Gaudemont.

Fort de cette nouvelle offre, le distributeur «tradigital» entend devenir le principal fournisseur de quelque 3 000 garages d'ici trois ans. Et parallèlement, de devenir la première alternative digitale pour ceux qui commandent ponctuellement par internet. Pour pousser cette nouvelle offre vers les réparateurs, Originauto a distribué 5 000 «hub button» sorte de clé USB qui, branchée sur le PC du garage, permet d'accéder directement à la page d'accueil du distributeur. Un nouveau Sésame de la pièce digitale pour les réparateurs ?

### **Web b2b: quels besoins pour les réparateurs ?**

Pour concevoir cette nouvelle version, Originauto s'est donc appuyé sur une étude réalisée par l'Institut GiPA auprès de 700 professionnels de l'entretien-réparation. Objectif : mieux cerner leurs besoins pour être à même de leur apporter la meilleure solution en matière d'offre pièces mais aussi et matière de fonctionnalités.

De cette étude, Originauto a tiré plusieurs enseignements. A commencer par le fait que le critère N°1 n'est définitivement pas le prix pour les professionnels. En effet, 87% des sondés privilégient en premier lieu la disponibilité de la pièce ; le prix n'arrive en tête que pour 13% des répondants. Or, l'étude révèle en outre que 45% des 700 pros sondés déclarent acheter des pièces de rechange sur la toile faute de disponibilité auprès de leurs fournisseurs traditionnels.

Autre point : les réparateurs s'informant et commandant en ligne passent en moyenne plus d'une heure par jour ; pour 26% d'entre eux, c'est même plus d'une heure et demi qui est consacrée à cette tâche. Soit en équivalent temps entre 1 à 1,5 prestation de perdue à l'atelier... Il s'agit là d'un point clé sur lequel Originauto a travaillé pour bâtir la nouvelle mouture de son site : faire simple et efficace pour plus de rapidité dans le passage de commande.

Les autres demandes des professionnels interrogés dans le cadre de cette étude portent sur la simplicité des retours (40%), dispose d'un seul choix de pièces mais garanti (38%) ou encore avoir à disposition un interlocuteur dédié (34%).

Le pli du digital semble en tout cas être pris par les réparateurs. Contrairement à certaines idées reçues, ils sont aujourd'hui 67% à déclarer passer des commandes en ligne (sur des sites ou sur des systèmes intégrés du distributeur ou des enseignes, contre 27% par téléphone.

Et certains sont même prêts à aller plus loin. Pour 39% d'entre eux en effet, ils se disent prêts à

avoir comme fournisseur principal un site web marchand... pour peu qu'il réponde à l'ensemble de leurs besoins comme le ferait un distributeur traditionnel 'physique'.

---

© Apres-Vente-Auto.com © Reproduction interdite