

Pi Tracker, nouvelle place de marché pour l'entretien auto

mercredi, 08 juin 2016

Pi Tracker est une nouvelle plateforme web qui entend accueillir une offre pièces, prestations de pros et autres services annexes. Et devenir la première place de marché du secteur...

The screenshot shows the Pi Tracker website interface. On the left is a blue sidebar with navigation icons: a magnifying glass with 'pi tracker', a person icon for 'Se connecter', a car icon for 'Choix du véhicule', and a clock icon for 'Tour d'horizon'. At the bottom of the sidebar are social media icons for Facebook, Twitter, and LinkedIn. The main content area is titled 'Place de marché 100 % Automobile' and features a shopping cart icon with 'Panier : 0 article'. Below the title, it says '1/2 Identifiez votre véhicule'. There are four vertical panels for selection: 'par MODÈLE' (highlighted in orange), 'par PLAQUE D'IMMATRICULATION', 'par RÉFÉRENCE', and 'par TYPE MINE'. The 'MODÈLE' panel contains three dropdown menus: 'Choisissez une marque', 'Choisissez un modèle', and 'Choisissez une motorisation', followed by a 'VALIDER' button.

Lancée le mois dernier, [Pi Tracker](#) se présente comme la première place de marché (ou marketplace) dédiée à l'entretien automobile. Cette plateforme se propose en effet d'accueillir les offres pièces des distributeurs pour leur offrir une visibilité supplémentaire auprès des automobilistes internautes lesquels peuvent 'reprenre la main' sur l'entretien de leur auto selon différents critères (prix, délais de livraison, etc.). Christian Froger, dirigeant- fondateur de Pi Tracker explique le pourquoi de ce modèle : « le concept de 'marketplace' est bien dans l'ère du temps : les consommateurs apprécient de plus en plus ce modèle car ils y trouvent, outre la possibilité de comparer des produits ou des services, des retours de clients. Pourtant il n'en existe pas en matière d'entretien auto...»

Permettre de comparer implique de disposer d'une offre pièce relativement riche. Pour 'amorcer la pompe', le tout jeune site internet a initié une campagne d'information auprès de la population des distributeurs souhaitant augmenter leur visibilité sur la toile. Une plus grande visibilité qui, en faisant mieux connaître l'offre et l'entreprise –sa localisation-, peut potentiellement ramener le client local dans une logique « web-to-store » (Ndlr : faire revenir le client au comptoir)...

Bientôt des prestations

A cette première étape devrait s'ajouter la fonctionnalité « choix de la prestation » à l'horizon du mois de septembre prochain. « *Pi Tracker devrait proposer 20 à 30 prestations d'entretien courant sur lesquels les professionnels pourront se positionner et communiquer car, dès le début de la réflexion, je souhaitais*

que cette place de marché ne s'adresse pas uniquement aux do iteurs de l'auto », précise le fondateur. « Les prestations seront proposées sous forme de pack complet affichés dès le départ ; Pi Tracker n'a pas suivi la logique du devis en ligne, solution avec laquelle l'internaute peut attendre parfois 48 à 72 heures lorsqu'il souhaite une réponse immédiatement », ajoute-t-il.

A ce volet B2C, Pi Tracker devrait en ajouter un autre, cette fois B2B : en capillarisant un plus grand nombre d'offres pièces de la part des distributeurs, il permet aux réparateurs de disposer à leur tour d'une place de marché leur permettant d'optimiser leur chaîne d'approvisionnement. *« Les pros sont encore très traditionnels dans leur façon de commander (NdIR : [bien qu'une récente étude ICDP démontre qu'ils sont aujourd'hui nombreux à commander par le web auprès de leur distributeurs](#)) mais, à l'instar des internautes automobiliste, l'envie de pouvoir comparer est là »,* estime Christian Froger.

© Apres-Vente-Auto.com © Reproduction interdite