



Automatix.ca

MMC

MASS-MÉDIA CAPITALE

35 700 québécois ont visité la nouvelle plateforme l'automne dernier

Un québécois sur trois magazine son véhicule neuf sur Automatix.ca

(Montréal, le 11 février 2016) L'explosion du phénomène de commerce en ligne s'étend désormais à l'industrie automobile dans toutes les régions de la province de Québec.

Selon les données confirmées par les rapports de visite Google Analytics, entre les mois de septembre et novembre 2015, l'équivalent d'un acheteur sur trois au Québec en processus de magasinage d'un véhicule neuf a fréquenté le formulaire en ligne de la plateforme technologique Automatix.ca

Lancée le 24 août 2015, cette nouvelle plateforme qui fait l'objet d'un brevet provisoire semble avoir transformé les habitudes des québécois en matière de magasinage d'un véhicule neuf.

Grâce à l'apport d'importantes campagnes publicitaires télévisées (notamment dans l'émission *Tout le monde en parle* et à RDI), la plateforme Automatix.ca invite le public "à limiter sa tournée des concessionnaires" en remplissant un formulaire web qui transfère ensuite "automatiquement" sa demande à des concessionnaires de leur territoire.

Automatix.ca n'accepte que trois concessionnaires par marque par territoire qui reçoivent automatiquement et en exclusivité les demandes des consommateurs. Et chaque concessionnaire peut surveiller en direct toutes les demandes de son secteur géographique sur "La banque d'acheteurs en direct" dans Facebook en prenant connaissance des mensualités souhaitées par les utilisateurs-demandeurs.

En septembre 2015, Google Analytics confirme que 13 600 québécois ont visité le formulaire d'automatix.ca. En octobre, 11 400 l'ont fait alors qu'en novembre, c'est plus de 10 700 québécois qui se sont prévalus des services du site.

Les fluctuations entre chacun de ces mois correspondent aux courbes normales de ventes de l'industrie, ce qui laisse à croire que le phénomène Automatix.ca s'approprie une part intéressante du marché.

Par une simple règle de trois, on peut évaluer sommairement qu'en douze mois, ce seront environ 140 000 des 420 000 acheteurs qui visiteront la passerelle gratuite Automatix.ca, soit 34% des acheteurs.

"Lors de notre première journée d'opération au Québec en août, nous avons reçu un volume de demandes équivalent à plus de 7M\$ et ça n'a pas vraiment fluctué depuis. Nous avons été débordés par une telle vague, mais nous sommes maintenant en contrôle de la situation. déclare le fondateur d'Automatix.ca Louis Massicotte qui préside MASS-Médias Capitale. **Chaque semaine en saison forte, le volume de demandes frise des valeurs de 50M\$ et dépasse souvent le seuil hebdomadaire des 1400 demandes de véhicules. Près de 100 concessionnaires partenaires gèrent ce volume et apprennent à administrer ce nouveau virage numérique en même temps que les consommateurs. Les taux de ventes augmentent chaque semaine (environ 25 % des utilisateurs procèdent à un achat auprès des concessionnaires partenaires d'automatix.ca) et l'industrie réussit de mieux en mieux la transition numérique. Une demande Automatix est désormais considérée comme une visite en salle de montre par les concessionnaires, mais ceux-ci doivent faire plusieurs suivis auprès des demandeurs pour conclure une vente. "** ajoute-t-il.

Lors du lancement du projet pilote en juin, un sondage Léger indiquait que 39% des québécois seraient très intéressés à faire usage d'automatix.ca alors qu'une tranche supplémentaire de 37% déclarait y être intéressé; le tout totalisant 76% d'intérêt, un taux très élevé pour un nouveau service.

"Beaucoup de gens comparent notre projet à [Expédia.ca](http://Expedia.ca) ou à [Hôtels.com](http://Hotels.com). Notre modèle d'affaires s'inspire à la fois de ceux-ci et de AirBnB avec une complémentarité sociale sur Facebook. Nous épargnons du temps aux consommateurs autant qu'aux concessionnaires. Notre défi est de supporter les concessionnaires qui veulent réussir l'inévitable virage numérique. Nous les aidons dans la mise en place de leur système de réponse pour satisfaire nos milliers d'utilisateurs. Nous croyons que nous sommes au début d'une histoire fascinante et prometteuse" conclue le fondateur d'Automatix.ca qui s'affaire à compléter son réseau de concessionnaires partenaires dans toutes les régions du Québec. La plateforme célébrera son premier anniversaire en mai.



MASS-Média Capitale opère également la plateforme OptionsHypothèque.com à partir du même brevet provisoire lié à Automatix.ca.

Celle-ci obtient 15 à 35 demandes d'hypothèque quotidiennement au Québec et elle les transfère automatiquement aux grandes institutions financières canadiennes à titre d'agence immobilière membre de l'OACIQ.

OptionsHypothèque.com voit transiter sur sa plateforme un volume de demandes hypothécaires d'environ 125M\$ chaque mois.

-30-

Source : Alain Tanguay, directeur du développement des affaires
Alaintanguay@automatix.ca