

Revue de presse

Distribution

Par Gredy Raffin, le 13/05/2020

Le service Eveho est en test dans la région bordelaise avant un lancement officiel en juin 2020.

Eveho à l'assaut de l'univers digital des revendeurs d'occasion

Le mois de mai marquera l'entrée sur le marché d'une nouvelle entreprise dédiée aux VO. Fruit de 5 ans d'analyse et de développement, **Eveho apporte un lot de services pour digitaliser les distributeurs, aussi bien en BtoB qu'en BtoC. Présentation exclusive.**

Quand il s'agit de marier l'automobile et les outils digitaux, **Armand Faure** en connaît un rayon. La dizaine d'années qu'il compte à la tête d'Autowebbbb en atteste. Son agence de communication a accompagné avec succès bon nombre d'écuries de courses parmi les plus prestigieuses, sur les circuits pour participer à la construction de leur image en dehors des pistes, qu'elles soient d'asphalte ou de terre. Sur le parcours, il y a eu des déconvenues aussi. On se souvient qu'au début de la décennie 2010, le Bordelais avait lancé Social VO, une solution qui aspirait à engager les distributeurs de véhicules d'occasion sur les réseaux sociaux pour attirer des potentiels clients. Comme tant d'autres, ce programme a achevé sa carrière au cimetière des idées arrivées trop tôt dans l'histoire.

Pourtant, Armand Faure s'est accroché au concept, celui de la virtualisation des commerçants. Dès les premiers mots échangés avec le dirigeant, son intime conviction se révèle sans détour. *"Depuis cinq ans, nous travaillons sur un projet de digitalisation des distributeurs, amorce-t-il. Il nous a fallu plus de trois ans pour le développer et lui donner toute la dimension que nous souhaitons".* "Nous" comprend Armand Faure et ses associés, **Alban Combaud** et **Nathan Guigui**, respectivement les cautions techniques et financières de cette nouvelle société baptisée Eveho.

Derrière cette dénomination, il y a donc une entité juridique et surtout une marque à promouvoir auprès de la filière de distribution des véhicules d'occasion, en France. *"Nous pensons que le secteur est arrivé à maturité pour comprendre et s'approprier des outils de grande ampleur"*, analyse Armand Faure. Le hasard de la crise sanitaire va amplifier l'intérêt que peuvent porter ses cibles pour la transformation comme il est désormais admis. Mais que propose concrètement l'éditeur girondin ? Une valse à trois temps fait de relations BtoB, de gestion des affaires et de définition de parcours client.

10 000 VO en 2021

Tout commence par une marketplace qui favorise les interactions entre professionnels. Eveho a construit une plateforme neutre sur laquelle se retrouveront les acteurs pour pratiquer de l'achat-vente. Un espace ouvert à tous, où il est possible de publier les véhicules disponibles à la transaction. Le dirigeant rapporte que

parmi les premiers partenaires, il compte EDP. Des discussions ont été entamées avec des opérateurs tels que VPN, Imexso, Appro ou encore Saint Herblain, qui outre le fait d'être utilisateurs sont appelés à devenir des fournisseurs. *"Nous négocions avec des enseignes majeures, mais notre ambition reste bien de démocratiser l'audience en frappant à la porte des plus modestes, ceux ceux qui ont besoin d'émerger et ceux qui peinent à s'approvisionner"*, se positionne Armand Faure. Preuve en est de cet esprit de conquête, puisqu'il adopte le modèle économique dit du "freemium".

L'inscription, suivie de la consultation, la publication de VO depuis un DMS et la réservation simplifiée sont donc gratuites, mais les possibilités restent limitées. L'unique utilisateur (par compte créé) ne peut éditer et archiver que 5 devis. Pour commencer à en faire un outil du quotidien, il faudra déboursier 29 euros HT par mois. Alors Eveho lève les restrictions d'accès à la place de marché, ne fixe plus de quotas de devis et met à disposition son API pour interfacer les systèmes. Le professionnel peut notamment s'approprier 10 VO d'un tiers, à afficher directement sur son propre site internet.

La démocratisation se heurte à quelques réflexes fâcheux, mais naturels en somme. Certains partenaires imposent à Eveho de régler une note pour profiter de leur flux de stock. Ce qui ne serait pas sans conséquence sur l'équilibre financier du concept. Armand Faure en fait toutefois peu de cas. Il sait que la plupart verra un intérêt à s'engager dans ce carrefour d'audience pour

accroître la visibilité. *"Notre réflexion porte davantage sur la création, avec nos partenaires, de flux plus exclusifs pour des clients qui payeraient pour y avoir accès en VIP"*, imagine-t-il la prochaine étape, alors qu'il vise un périmètre de plus de 10 000 VO en base permanente d'ici 2021.

Un CRM intégré

La possibilité de diffusion et d'édition de devis engendre, par conséquent, la réception de leads pour les professionnels qui s'inscrivent sur Eveho. Là, intervient le troisième niveau de service rendu par la plateforme. Contre un abonnement mensuel de 59 euros HT, la dimension change puisque la start-up construit un univers digital pour le client de sorte à lui permettre une véritable gestion commerciale. Cela comprend un site internet tourné vers le VO hébergé par Eveho qui canalise les prospects dans un parcours digital. Pour ce qui est de la marketplace, les produits soumis en BtoB peuvent alors venir de deux passerelles DMS distinctes et, en retour, le souscrivait profite de manière illimitée des flux des fournisseurs partenaires.

Cette prestation tend à accompagner les distributeurs ayant des complexités d'organisation ou étant à la recherche de moyens modernes. Et la progression rapide dans les points de vente des acteurs tels que SpiderVO, Autocerfa et Tec3H pour ne citer qu'eux, prouve que le niveau de demande reste élevé. Faut-il encore justifier d'une pertinence. Pour parfaire le mécanisme et apporter la démonstration du savoir-faire, Eveho a démarré un pilote au sein d'une plaque locale qui comprend 25 forces de vente et un stock permanent de 150 à 200 VO

pour un total de près de 1 800 livraisons à l'année. "Nous les aidons comme un outil de CRM", présent Armand Faure.

Module d'e-commerce BtoC

Eveho propose donc un tunnel de conversion complet. Le pack de troisième niveau permettant aux professionnels de disposer d'un module de commerce BtoC en ligne (avec règlement des acomptes), d'un tableau de bord et des interfaces de gestion des frais annexes (transport, documents administratifs...). Pour le Bordelais, Eveho arrive au bon moment : *"les distributeurs sont surstockés et vont de voir procéder à des opérations massives, nous venons en support d'optimisation de l'efficacité"*. Un dispositif qui peut cependant encore être complété, comme il y pense.

Pour le moment, en effet, Eveho ne prévoit rien en ce qui concerne les reprises de véhicules. Il faut d'abord mesurer l'accueil et affiner en fonction des attentes des utilisateurs. Mais après 5 ans à plancher sur le projet, Armand Faure se montre sûr de la réponse qu'il apporte au marché. La page web de l'éditeur indique cependant que des solutions de transport, de gestion de l'e-réputation, de captation à 360 degrés et de financement sont à l'étude. Le cofondateur ne cache pas son désir de faire appel à des contributions extérieures au besoin. Les convoyeurs ne manqueront pas de saisir l'opportunité.

En matière de financement, il aurait notamment un intérêt à travailler avec une start-up telle que Finnocar, dont l'agilité correspond certainement à ses impératifs et sa logique modulaire. Cependant, si la société lyonnaise semble toute

désignée, reste à savoir si son ambition de lancer aussi une marketplace agnostique, dès le mois de juin, ne grippera pas le rouage, compliquant leur rapprochement. Une affaire à suivre. Pour la petite anecdote, Eveho aurait pu voir le jour dans un autre cadre. En effet, au début de l'histoire, Armand Faure a soumis cette solution à un groupe de distribution sortant de terre. *"Nous l'avons démarché pour lever 1 million d'euros et lui livrer sur un plateau. Ils ont poliment refusé. Finalement, ils ont dépensé le double pour simplement accoucher d'un parcours digital"*. Faisant le constat que les concessionnaires sont à la recherche d'innovations que les constructeurs ne parviennent pas à leur offrir mais accueillent volontiers dans leurs réseaux, les cofondateurs d'Eveho pensent qu'une partie de leur activité se réalisera sous les panneaux de marque, maintenant que le drapeau vert est agité et que la course aux volumes peut reprendre.

Distribution

Par Gredy Raffin, le 16/09/2020

La plateforme Eveho s'adresse à tous les professionnels de l'automobile désireux d'investir dans le commerce digital de VO.

Eveho, c'est parti !

La plateforme qui entend bousculer le monde de la distribution de VO est désormais en ligne. Comme annoncé en mai 2020, Eveho se positionne comme un outil qui va aider pour l'approvisionnement et la revente des véhicules.

Tout est fin prêt et **Armand Faure**, le PDG d'Autowebbbb, a appuyé sur le bouton de lancement. Quatre mois après que ce dernier nous a présenté en détail le concept, la plateforme Eveho est désormais en ligne et disposée à accompagner les professionnels du véhicule d'occasion. Première observation faite, elle n'a pas changé d'un iota et reste fidèle à l'esprit, celui d'être un outil digital complet, abordant les problématiques de l'approvisionnement en amont, de l'exposition sur la toile et de la vente en ligne, en bout de chaîne.

Ce sont donc trois dimensions qui se superposent. Prenons d'abord celle de l'approvisionnement. Avec Eveho, les professionnels ont accès à une place de marché BtoB pour se constituer un stock de véhicules d'occasion à prix marchands.

Moyennant un abonnement, les utilisateurs peuvent éditer des devis, effectuer des réservations, faire de la vente BtoB, voire présenter les stocks des fournisseurs sur leurs propres sites web.

Ensuite vient la dimension marketing et du pilotage de l'activité. La plateforme, mise au point par **Alban Combaud**, le directeur technique, vise à faciliter l'import de stocks de véhicules depuis les logiciels métier, l'enrichissement des datas grâce à des services partenaires et la diffusion sur les infomédiaires de référence, dont Leboncoin ou La Centrale. L'interface de gestion intègre un espace de traitement des leads, où le professionnel peut archiver les devis et les dossiers de vente.

Enfin, la troisième et dernière dimension concerne justement l'acte de vente et en particulier en ligne. Eveho propose la production de sites web en ajoutant parmi les meilleurs services du marché, tel un comparateur, un outil de financement ou encore un module réservation. Via des connexions en API, les stocks sont gérés en temps réel pour permettre de mener une stratégie de vente en ligne sans créer la frustration découlant d'informations manquant de fraîcheur. Des passerelles qui amènent vers un écosystème allant en s'enrichissant. Dans quelques temps Eveho intégrera des fonctions telles que le détourage photo, la prise de vue à 360°, l'inspection, le transport ou encore la gestion de l'e-réputation.

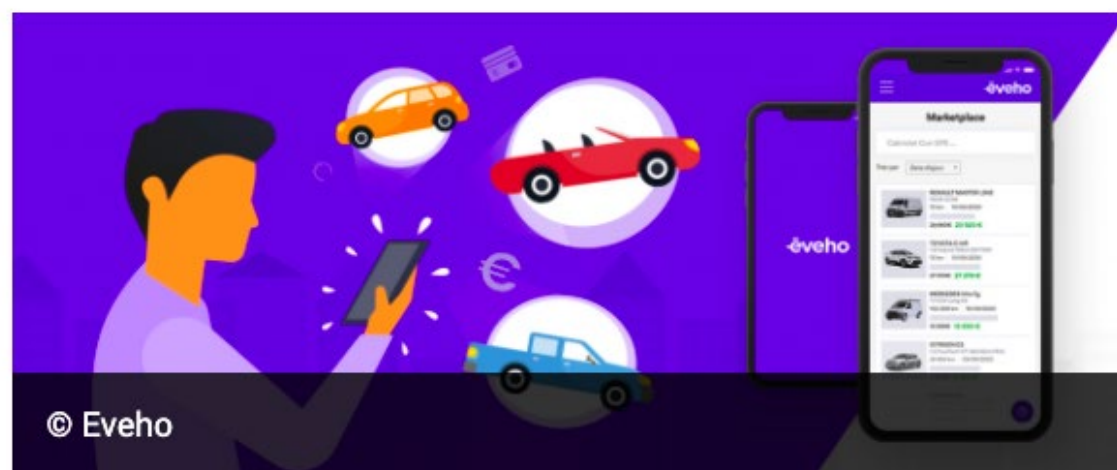
Ce lancement intervient dans un contexte de pénurie dans les points de vente. Un fait que n'ignore par Armand Faure. *"Nous*

sommes particulièrement conscients de cette pénurie et notre solution prend tout son sens dans ce contexte, juge-t-il. En effet l'idée est de retrouver rapidement les catalogues de revendeurs BtoB mais également de plus petits stocks de différents professionnels concessionnaires ou négociants". Certaines fonctionnalités prendront alors tout leur sens, à en croire l'intsigateur. "En quelques clics, il est possible de mettre une règle de tarif BtoB pour son parc et en ce moment de pénurie d'afficher certains produits devenus "rares" à un tarif haut, explique-t-il, nous y voyons une bonne opportunité pour des professionnels peu habitués au BtoB".

Eveho digitalise le commerce automobile d'occasion

Publié le 22 septembre 2020 par **Yelen BONHOMME-ALLARD**

Grâce à son service de vente automobile en ligne dédié aux professionnels et aux particuliers, Eveho ambitionne de simplifier le parcours d'achat et de vente afin de le rendre accessible au plus grand nombre.



« Eveho permet de répondre aux fondamentaux du digital automobile ». Avec près de six millions d'immatriculations annuelles, le marché français du véhicule d'occasion est assurément un canal de rentabilité à exploiter par les professionnels. Si l'achat d'un véhicule en ligne reste marginal, la pandémie a accéléré la tendance au point que de plus en plus de ménages se disent prêts à

LANCEMENT DE LA STARTUP GIRONDINE EVEHO

5 octobre 2020 Publié par **Philippe Cloutet** Catégorie : Gironde

Avec un marché national de 6 millions d'immatriculations et un tiers des conducteurs prêt à acheter sa voiture d'occasion en ligne, le marché semble fin prêt pour sa profonde digitalisation.

Pourtant, bénéficier d'un service de vente automobile en ligne est encore une tâche complexe, tant pour les professionnels de la distribution que pour les acheteurs particuliers. eveho® souhaite simplifier le parcours d'achat et de vente, l'enrichir et le rendre accessible au plus grand nombre.

L'e-commerce français ne cesse de progresser, ayant dépassé le milliard d'euros de chiffre d'affaire en 2019. En automobile, les ventes online sont encore très marginales et peu codifiées. En effet, les commandes en ligne sont anecdotiques à l'échelle du marché et pourtant, de récentes études démontrent qu'un tiers des conducteurs européens se dit prêt à passer à l'achat en ligne de son véhicule d'occasion.

Avec près de 6 millions d'immatriculations annuelles, le marché français du véhicule d'occasion démontre son plein potentiel. Alors que la digitalisation de la vente automobile a bien progressé sur le marché du CtoC, avec notamment la mise en place de nombreuses plateformes web ou phygiales, les distributeurs historiques traditionnels sont peu à avoir pris le pas de la digitalisation du cycle de vente. La profession sait que ce virage est indispensable mais aucun prestataire ne proposait une solution SAAS e-commerce à moindre frais pour la vente de voitures d'occasion.

Aujourd'hui, eveho® facilite le processus et propose une gestion du marketing digital global pour toute la profession.

Eveho lance son portail pour les pros du VO

Publié par  **Muriel Blancheton**



10/12/2020 10:58 - la dernière mise à jour 10/12/2020 10:58



Armand Faure en est convaincu : « *Il faut aider la distribution automobile à se transformer* », et le digital a un rôle à jouer. Après avoir co-fondé la société Eveho (développement des ventes VO en ligne), il a lancé, en septembre, un portail à destination des professionnels du véhicule d'occasion. « *Nous nous positionnons avec une solution qui regroupe tous les besoins dans le domaine de la vente* », précise le fondateur d'**Eveho**. Le professionnel qui s'inscrit sur la plateforme accède ainsi à

une marketplace pour s'approvisionner en VO à tarifs marchands. « *5000 véhicules étaient en ligne 2 mois après le lancement* », précise **Armand Faure**. Il peut ensuite importer son stock de véhicules, le gérer et le diffuser. Un volet CRM est également dédié aux devis, au suivi des offres commerciales. Enfin, la startup propose la production de sites web avec réservation en ligne. « *Les fonctionnalités de la solution ont été développées de manière à permettre de concevoir un service BtoBtoC complexe en quelques semaines* ». Le modèle économique repose sur un système d'abonnement mensuel, entre une offre gratuite et 59 €, auquel peuvent s'ajouter des extensions. Une commission est également prélevée sur les montants encaissés. Eveho comptait une centaine d'abonnés début décembre : des garagistes, des négociants, des concessionnaires et des groupes de distribution.

eveho digitalise les ventes de VO

Publié le 16 septembre 2020 par [Victoire de Faultrier-Travers](#).

La *start-up* eveho souhaite simplifier le parcours d'achat et de vente, l'enrichir et le rendre accessible au plus grand nombre.



La solution entend être simple, ludique et mobile first. (© eveho)

Eveho est un portail pour les professionnels et les acteurs périphériques au profit des acheteurs. La *start-up* souhaite rassembler les outils de marketing digital utiles à la profession de la distribution automobile. De plus, les solutions et les services périphériques sont intégrés sur la plate-forme. Eveho est ainsi une solution web globale avec une technologie évolutive qui traite l'intégralité du cycle du commerce automobile. Par ailleurs, tout utilisateur bénéficie d'un accès à la marketplace eveho et ainsi aux véhicules d'occasion à tarifs marchands.

L'abonné peut éditer ses devis, effectuer des réservations, faire de la vente B to B, voire présenter les stocks des fournisseurs sur son propre site web. La technologie eveho permet l'import de stocks de véhicules depuis les logiciels métier, l'enrichissement des données grâce à des services partenaires, mais aussi la diffusion sur Le Bon Coin ou La Centrale. De plus, tous les leads, devis et ventes sont archivés dans un espace de gestion commerciale. Enfin, eveho propose la production de sites web innovants, design et mobiles. Connectés en API, les stocks sont gérés en live.

EVEHO EST EN LIGNE!

B-TO-B • Tout est fin prêt et **Armand Faure**, PDG d'AutoWebbb, a appuyé sur le bouton. La plateforme Eveho est désormais en ligne pour accompagner les professionnels du VO. Elle veut être un outil digital complet, abordant les problématiques de l'approvisionnement en amont, de l'exposition sur la toile et de la vente en ligne, en bout de chaîne. Ce lancement intervient dans un contexte de pénurie dans les points de vente. Un fait que n'ignore pas Armand Faure. « *Nous sommes particulièrement conscients de cette pénurie et notre solution prend tout son sens dans ce contexte, juge-t-il. En effet, l'idée est de retrouver rapidement les catalogues de revendeurs B-to-B, mais également de plus petits stocks de différents professionnels concessionnaires ou négociants.* » Certaines fonctionnalités se justifieront alors, à en croire le PDG. « *En quelques clics, il est possible de mettre une règle de tarif B-to-B pour son parc et, en ce moment de pénurie, d'afficher certains produits devenus « rares » à un prix haut, explique-t-il, nous y voyons une bonne opportunité pour des professionnels peu habitués au B-to-B.* » GR



"La startup qui va digitaliser le commerce automobile"

[Lire le communiqué →](#)



"La startup qui veut digitaliser le commerce auto"

[Lire le communiqué →](#)



"La startup qui va digitaliser le commerce automobile"

[Lire le communiqué →](#)



"La startup qui va digitaliser le commerce automobile"

[Lire le communiqué →](#)



"La startup qui va digitaliser le commerce automobile"

[Lire le communiqué →](#)

Contact



Lise RICHARD

Chargée de communication
et relations presse

 07 81 76 36 67

 presse@eveho.io