



NOS CONSEILS  
POUR DEVENIR  
**NÉGOCIANT**  
**AUTOMOBILE**

**KEPLER VO**  
Accélérateur de Business



## **Créez votre société**

- L'étude de marché
- Le diplôme
- La forme juridique
- L'immatriculation au  
Registre du Commerce
- Les investissements
- La comptabilité



## **Développez votre point de vente**

- Le sourcing
- La réglementation
- Le parc de stockage
- L'assurance garage



## **Gérez vos ventes**

- Le cycle de vente
- La gestion de stock
- Le référenciel
- Les produits  
annexes



## **Soignez votre image de marque**

- Votre environnement
- Les canaux de  
distribution
- La fidélisation
- La disponibilité
- La franchise ou la  
licence de marque

# INTRODUCTION

Le marché de la vente automobile à deux grands axes de développement : le **véhicule neuf** (VN) et le **véhicule d'occasion** (VO). Les **véhicules 0km** se démarquent. Ils sont l'intermédiaires entre les VO et les VN, dit d'occasions immatriculés avec seulement 10 KM au compteur et encore sous garantie constructeur.

Le commerce automobile est une activité vaste. Cette profession a souvent été transmise par l'héritage familial, mais le métier

a évolué et s'est ouvert à d'autres profils comme des autodidactes ou des jeunes loups sortants d'école de commerce souhaitant révolutionner le métier.

Il existe trois profils dans le secteur de la vente de véhicules.

- ➊ **Le négociant automobile** dit « classique » : Il achète et vend des véhicules. C'est le responsable du cycle de vente et de la garantie du véhicule. Il stock et vend les véhicules en sécurisant les transactions financières.
- ➋ **Le mandataire automobile** : C'est un professionnel du commerce automobile qui va être mandaté par un client pour rechercher un véhicule spécifique. Il s'occupera de trouver le meilleur rapport qualité prix en stock physique ou sur commande. Il s'agit généralement de véhicule très récent encore sous garantie constructeur.
- ➌ **Le courtier automobile** ou l'agent commercial automobile : C'est un intermédiaire qui se chargera également de

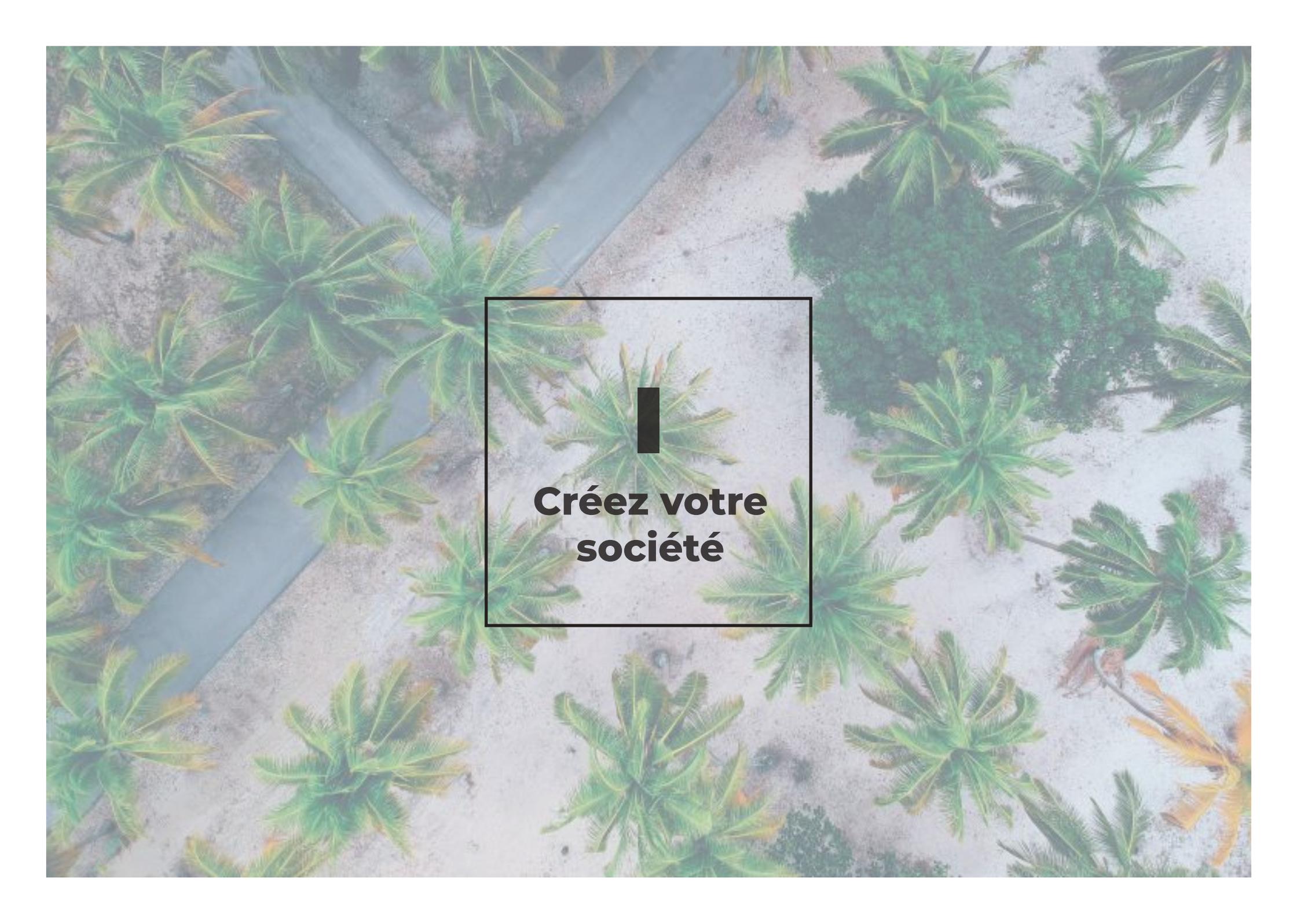
trouver le meilleur véhicule pour des clients mais qui ne sécurise pas les transactions.

Il existe également deux cycles de vente bien distincts :

**BtoC** : vente à particuliers. Ce cycle génère des marges plus importantes mais à pour inconvénient l'obligation de mettre en place une garantie légale d'au moins 6 mois sur les véhicules vendus.

**BtoB** : vente à professionnels négociants ou marchands automobiles. Ce cycle est moins rémunérateur mais plus stable. Il n'y a pas de garantie à mettre en place.

Il est possible pour un négociant d'évoluer sur les deux tableaux.

An aerial photograph of a tropical beach. The scene is dominated by numerous palm trees with vibrant green fronds, some showing signs of aging with yellowing tips. A light-colored concrete path or walkway winds through the palm grove. The ground between the trees is sandy and light-colored. In the center of the image, there is a black rectangular box containing a vertical bar and the text 'Créez votre société'.

**|**  
**Créez votre  
société**



# 1

## L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Pour être certain de ne pas se fourvoyer il est important de réaliser une étude de marché au préalable.

D'abord, il faut choisir une zone d'implantation. Dans le milieu automobile, **plus la zone est concurrentielle, plus la demande est importante**. Nous vous conseillons de vous installer dans des cités de l'auto ou dans ce genre d'endroit. Ainsi vous aurez la certitude d'être implanté dans un lieu où les clients afflueront.

Néanmoins, il vous faudra vous différencier de vos concurrents pour pouvoir percer dans ces zones. C'est pour cela qu'il est primordial d'**étudier les types de produits que vous allez vendre** et les services que vous proposerez (faibles kilométrages, véhicules utilitaires, 4x4, premium, véhicules particuliers, etc.).

# 2

## LE DIPLÔME

Pour pratiquer cette activité, aucun diplôme n'est requis ! Il y a néanmoins des compétences à avoir pour réussir dans ce métier, car devenir négociant automobile ne s'improvise pas.

- Être un très bon acheteur et un fin négociateur
- Être bon gestionnaire
- Avoir des bases en mécanique
- Avoir une bonne expertise des frais de remise en état (pour calculer au plus juste votre coût de revient)

# 3

## LA FORME JURIDIQUE

Pour créer son entreprise il est important de bien choisir sa forme juridique.

Vous avez le choix entre différents statuts :

- Entreprise individuelle
- Le statut auto entrepreneur
- La forme classique d'une entreprise : SARL, SAS, SASU etc.

Il est impératif de bien réfléchir à cette forme juridique, en séparant ou non votre patrimoine de votre activité.

# 4

## L'IMMATRICULATION AU REGISTRE DU COMMERCE

Pour ouvrir une société de négoce automobile vous devrez effectuer certaines formalités administratives.

Dans un premier temps, il est obligatoire de **publier une annonce légale** dans un journal habilité.

Ensuite, il faudra simplement **déposer vos statuts** dans un Centre de Formalités des Entreprises (C.F.E.) de la chambre de commerce, ou bien au Greffe du Tribunal de Commerce dont vous dépendez.

À cette étape, vous devrez **payer les sommes dues pour l'immatriculation de la société**, dont le montant varie en fonction de votre statut.

Enfin, il faudra **vous inscrire au Registre des revendeurs d'objets mobiliers usagés** pour pouvoir vendre des véhicules d'occasions légalement. Cela impliquera par la suite la tenue d'un livre de police.

# 5

## LES INVESTISSEMENTS

Démarrer une activité de négoce coûte cher, les investissements de départ sont importants. Le prix moyen d'un véhicule d'occasion en 2017 était de 15 590 €, soit une immobilisation de 150 K € pour 10 véhicules sur votre parc.

Pour pouvoir financer cela nous vous conseillons de :

- Privilégier des fonds propres
- Trouver un investisseur
- Récupérer des véhicules dans des dépôt entre pro\*

\*Pour gonfler leur stock, les négociants pratiquent la mise à disposition de véhicules sous forme de dépôt entre pro. Cette solution permet d'avoir accès à des véhicules sans avoir à les acheter. Ainsi, vous pourrez les vendre directement sur votre point de vente et payer votre fournisseur après la vente. Il peut s'agir d'une solution provisoire qui permettra de lancer votre activité.

Actuellement, les banques ne prêtent plus pour se lancer car elles considèrent le négoce comme une activité à risque.

# 6

## LA COMPTABILITÉ

Dans ce secteur, il est impératif que la comptabilité soit gérée par un professionnel. Pour être dans la légalité vous avez deux options.

- **Gérer votre comptabilité vous même** et passer par un **cabinet d'experts comptables** pour valider vos bilans.
- Choisir d'avoir **un comptable en interne** qui, de préférence, a déjà une expérience dans le négoce. En effet, le régime de TVA est particulier et il faut bien maîtriser le régime de la MARGE propre à l'automobile.

Votre comptable ou expert-comptable sera le meilleur allié pour vous aider à statuer sur la forme et le régime fiscal.

Il existe 3 régimes d'imposition :

- Le régime micro fiscal
- Le régime réel
- Le régime du bénéfice

A choisir en fonction du chiffre d'affaires ainsi qu'en fonction des dispositifs liés à la fiscalité.

Il existe aussi deux types d'impôts :

- L'impôt sur les sociétés
- L'impôt sur les revenus





**Développez  
votre point  
de vente**



# 1

## LE SOURCING

Dans le secteur automobile, le sourcing consiste à trouver des fournisseurs de véhicules neufs ou d'occasions.

Il est possible de se fournir en véhicules de différentes manières :

- L'achat sec à **particulier** : Très courant dans les périodes économiques difficiles.
- L'achat en **concession ou groupe de distribution** : Source de marges importantes mais de plus en plus rare.
- L'achat à **négociant indépendant** : Relation de confiance. Il faut bien connaître le professionnel à qui vous achetez.
- **L'achat auprès des loueurs** : Arval, ALD, etc.
- **Les enchères automobiles** : BCA, VPAUTO, etc.
- L'achat **européen ou d'import** : Très rémunérateur mais implique beaucoup de démarches administratives.

Il est important de bien choisir ses fournisseurs car les véhicules que vous achèterez véhiculeront l'image de votre société.

## 2

### LA RÉGLEMENTATION (LIVRE DE POLICE)

La vente de marchandises d'occasion est soumise à certaines règles et implique de la traçabilité.

Il est obligatoire de tenir un livre de police avec l'historique des entrées et des sorties de véhicules du parc. Ce registre doit être paraphé par les autorités compétentes comme les mairies, les commissariats ou les gendarmeries.

Vous devrez ainsi conserver ces informations pendant 5 ans et être dans la capacité de les présenter en cas de contrôle de la DGCCRF (Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes).

Depuis toujours au format manuscrit, KeplerVO a créé le premier livre de police informatisé avec un stockage numérique des données. Pour en savoir plus sur ce registre n'hésitez pas à lire notre article [le livre de police informatique](#).

## 3

### LE PARC DE STOCKAGE

Dans l'étude de marché nous avons expliqué que la localisation de votre point de vente est très stratégique. Mais il est possible qu'au départ vous n'ayez pas encore les moyens d'investir dans un local.

Toutefois différentes solutions s'offrent à vous :

- Stocker les véhicules à votre domicile
- Stocker chez des partenaires négociants
- Louer un parking avec plusieurs places
- Louer une surface commerciale

Cela reste un budget conséquent qu'il faut mûrement étudier. Sachez que de très gros négociants ont commencé chez eux !



# 4

## L'ASSURANCE GARAGE

Un professionnel de l'automobile n'est pas à l'abri d'un sinistre ou d'un préjudice. Il est donc important d'encadrer sa profession par une assurance spécifique à son activité. Il faudra donc assurer le local, le stock et les biens matériels.

Concernant le stock de véhicules destinés à la vente, une assurance garage suffira à le couvrir en cas d'incendie, catastrophes naturelles, accidents électriques, bris de vitres accidentels et vols. Ces garanties peuvent faire l'objet d'une extension en fonction de vos besoins.

Pour ne pas risquer d'amende, assurez vous que vos véhicules soient bien inscrits dans le Fichier des Véhicules Assurés (FVA). Pour cela, vérifiez que le numéro de formule présent sur la carte grise du véhicule soit bien le même que celui de sa carte verte.

Vous pouvez également prendre le certificat W garage, qui vous permettra de faire circuler des véhicules à titre provisoire avant leur immatriculation définitive. Ce certificat doit être renouvelé chaque année.





**Gérez vos  
ventes**



# 1

## LE CYCLE DE VENTE

Vous connaissez le flux de vente classique : bons de commandes, factures. Pour ne pas effrayer vos prospects, vous pouvez générer dans un premier temps une proposition commerciale.

Celle-ci sert à mettre par écrit le récapitulatif des points ayant déjà été abordé en amont avec le prospect. Ainsi, s'il la valide, vous pourrez la transformer en bon de commande que le client devra obligatoirement signer pour que vous puissiez le facturer.

Vous pourrez prendre des **acomptes** qui seront déduits du prix total. Le versement d'un acompte engage fermement les deux parties : l'une à acheter, l'autre à livrer.

Vous pouvez aussi proposer au client de verser des **arrhes** en anticipation. En cas d'annulation de sa part il s'engage à renoncer à la somme qu'il vous a versé en amont, mais si c'est le vendeur qui se rétracte alors il devra rembourser le double au client.

## 2

### LA GESTION DE STOCK

L'immobilisation et le stockage coûtent cher. Plus un véhicule reste longtemps sur le parc, plus **il perd de la valeur**. D'autant plus s'ils sont exposés en extérieur à la merci des éléments qui peuvent abîmer la peinture et la carrosserie.

Il faut donc renouveler son stock régulièrement en le faisant tourner le plus rapidement possible. Pour les véhicules que vous n'arrivez pas à vendre à particuliers nous vous conseillons de les **vendre par lots à marchands**. Ainsi les véhicules ne vont pas stagner sur votre parc et vous ne perdrez pas d'argent.

## 3

### LE RÉFÉRENTIEL

Les référentiels automobiles ont plusieurs utilités qui vous feront gagner du temps et éviter les erreurs. C'est donc extrêmement bénéfique d'en utiliser un.

Il vous permettra d'**identifier les véhicules** que vous achetez par leur numéro d'immatriculation ou leur numéro de série. Vous obtiendrez alors les informations telles que la marque, le modèle, la version, la finition et même les options sans avoir à les rechercher.

Vous pouvez également **estimer la côte du véhicule** pour avoir une idée de son prix d'achat et de revente.

**KeplerVO travail en direct avec le référentiel européen Autovista.**



# 4

## LES PRODUITS ANNEXES

Afin de rassurer vos clients, il est impératif de maîtriser la chaîne complète de l'achat jusqu'à la vente du véhicule en pensant aux produits annexes.

Vous devrez demander une habilitation pour gérer le système d'immatriculation des véhicules appelé aussi **SIV**. Aujourd'hui vous pouvez gérer toutes ces démarches en ligne pour tous les véhicules y compris ceux d'import avec KeplerVO. Pour en savoir plus nous vous invitons à lire notre article sur [l'immatriculation des VO d'import](#).

Nous vous conseillons également de vous rapprocher d'un professionnel pour proposer une **garantie** sur chacun de vos véhicules. KeplerVO travail avec Car Protection Service, ce qui peut faciliter vos demandes.

Pour permettre à votre client d'accéder à un véhicule, le **financement** est une solution de plus en plus courante. Grâce à une société de financement partenaire vous pourrez proposer à vos clients :

- un crédit affecté : financement du véhicule par un emprunt.
- une LOA (Location avec Option d'Achat) : financement en location du véhicule

Banques partenaires possibles :

- Viaxel
- Cetelem
- Sofinco
- CGI

N'hésitez pas à proposer des prestations de services additionnels, cela apportera de la valeur ajoutée à votre affaire et vous démarquera de vos concurrents.

Exemple :

- **L'atelier**, pour les remises en état et les petites réparations d'entretien. Vous pouvez aussi sous-traiter ces prestations dans les chaînes de service d'entretien automobile comme Norauto, Feu Vert, Midas, Speedy, etc.
- **La location**, pour vous permettre de valoriser un véhicule avant sa vente définitive et répondre ainsi à certaines demandes clients.
- **La livraison à domicile**, pour apporter un service complémentaire à valeur ajoutée à vos clients qui ne peuvent pas se déplacer pour récupérer leur achat.

An aerial photograph of a city skyline, likely Dubai, with numerous skyscrapers partially obscured by a thick layer of white fog. The sky is a pale, hazy blue. In the center of the image, there is a black-bordered square containing text.

# IV

**Soignez  
votre image  
de marque**

# 1

## VOTRE ENVIRONNEMENT

Votre environnement est un levier important qui rassure vos prospects. C'est la première impression qui compte ! Si votre point de vente n'inspire pas confiance à vos clients, vous les perdrez. Il faut donc soigner les détails, c'est ainsi qu'ils se souviendront de vous.

D'abord, vous devez trouver un **nom d'enseigne** qui peut être différent de votre raison sociale. C'est un choix stratégique, ce nom aura un impact sur votre positionnement dans les moteurs de recherches. S'il est déjà utilisé par d'autres du même secteur ou non, vous aurez beaucoup de mal à apparaître en premiers dans les résultats.

Nous vous conseillons d'être différents de vos concurrents et de privilégier des mots en rapport avec l'AUTOMOBILE.

Ensuite, vous devrez décliner votre **identité visuelle** afin de créer votre image de marque. Voici les éléments qui vous seront utiles :

- Un logo pertinent
- Une belle enseigne
- Un tampon
- Des cartes de visite
- Des flyers ou dépliants promotionnels
- Des caches plaques au nom de l'enseigne

Enfin, il est important de soigner **votre environnement d'accueil** et votre bureau, car c'est le reflet de votre professionnalisme. Pensez donc à accueillir vos clients dans un environnement propre et rangé. Nous vous conseillons d'afficher vos conditions générales de ventes, vos produits annexes ainsi que vos références clients. La transparence est la clé pour que vos clients aient confiance en vous.



## 2

## LES CANAUX DE DISTRIBUTION

Il existe beaucoup de canaux de distribution pour diffuser vos véhicules et vous faire connaître.

**Les médias** comme Le Bon Coin, La centrale, Ouest France, Facebook marketplace etc. permettent de diffuser vos annonces automobiles. Pour gagner du temps, envoyez-les sur vos vitrines automatiquement grâce à KeplerVO. De plus, vous pourrez [ajouter des filigranes](#) sur vos photos.

**Votre site web** sera votre vitrine exclusive. Diffusez dessus l'ensemble de vos véhicules. Il centralisera l'ensemble des informations relatives à votre entreprise utiles à vos clients pour vous joindre et vous connaître (actualités, adresse, contacts, horaires d'ouvertures, etc.).

**Les réseaux sociaux** servent à vous faire connaître et à fidéliser vos clients. Nous vous invitons à créer vos pages Facebook, LinkedIn et Instagram qui vous serviront à annoncer les événements et l'actualité de votre entreprise (promotions, portes ouvertes, nouveautés, etc.).

**Les actions marketing** comme les campagnes SMS ou Email. Ces canaux permettent de communiquer directement avec vos prospects et vos clients. Vous pouvez vous en servir pour des annonces personnalisées, des promotions exclusives et des événements privés.



# 3

## LA FIDÉLISATION

Dans le milieu de la vente de véhicules, il est important de fidéliser ses clients pour qu'**ils vous cooptent**. Un client satisfait vous recommandera à son entourage.

### COMMENT FIDÉLISER VOS CLIENTS ?

#### **Ne perdez pas le contact avec vos potentiels acheteurs.**

Rappelez-les pour leur montrer que vous ne les avez pas oubliés et que vous accordez de l'importance à leurs besoins. Attention tout de même à ne pas harceler vos prospects. Cela pourrait les faire fuir.

**Prenez de leurs nouvelles.** Rappelez les quelques jours après la vente pour savoir si tout se passe bien avec le nouveau véhicule. Ainsi, ils se sentiront accompagnés du début à la fin du processus d'achat.

**Collectez leurs avis.** Aujourd'hui 90 % des consommateurs consultent les avis sur internet avant de prendre une décision d'achat. Il est donc important de soigner ses avis clients et d'en avoir un maximum.

**Donnez-leur des nouvelles.** Envoyez-leur des e-mails pour les événements spéciaux, comme leur anniversaire par exemple.

# 4

## LA DISPONIBILITÉ

Vous devez absolument être joignable à tout moment sur vos horaires d'ouverture ! Manquer un appel, c'est potentiellement perdre un client ou faire échouer une vente. Lorsqu'on lance son activité, chaque client compte. Il faut donc toujours garder son téléphone sur soi.

Si vous manquez un appel, rappelez rapidement le numéro et excusez-vous de votre précédente indisponibilité. Ainsi, le prospect sentira que vous lui accordez de l'importance.

# 5

## LA FRANCHISE OU LA LICENCE DE MARQUE

Pour ne pas démarrer son activité de négociant automobile seul, vous pouvez **vous rapprocher de structure sous forme de franchise**. Ces franchises vous fourniront un "panneau" et un début de sourcing pour vos premiers clients.

Exemple de réseaux dit classiques achat/revente:

- Réseau VPN autos
- Réseau DISTINXION

Exemple de réseaux d'agences automobiles :

- Agence automobile
- Auto easy
- Simplici car
- BH CAR
- EWIGO
- Via Automobile

## CONCLUSION

Nous espérons que ce guide vous aura apporté toute l'aide dont vous avez besoin pour démarrer une activité de négoce automobile. Que vous soyez novice ou expérimenté, nous pensons que tous ces conseils sont bon à prendre pour réussir.

En résumé, pour lancer votre business sereinement nous vous conseillons de suivre ces 4 étapes :

**Créez votre société** : Faites une étude de marché, choisissez une forme juridique et immatriculez

vos véhicules. Trouvez une façon fiable de financer votre activité. Rapprochez-vous d'un cabinet d'experts pour gérer votre comptabilité.

**Développez votre point de vente**

: Trouvez une source de véhicules et un parc de stockage. Mettez en place un livre de police afin de respecter la réglementation et anticipez les soucis en souscrivant à une assurance garage.

**Gérez vos ventes**

: Renouvelez régulièrement votre stock pour qu'il ne perde pas de valeur. Utilisez un référentiel pour identifier rapidement vos véhicules. Demander une habilitation pour gérer le SIV.

**Soignez votre image de marque**

: Choisissez un nom d enseigne et une identité visuelle cohérente. Travaillez sur les canaux de distribution qui vous semblent les plus pertinents. Fidélisez vos clients en les sollicitant régulièrement.

La digitalisation est devenue incontournable ! Aujourd'hui, la vente en ligne donnent un

avantage concurrentiel évident à ceux qui la pratique. D'après Les Echos Étude, **13 % des particuliers sont prêts à acheter leur véhicule en ligne sans l'avoir essayé** au préalable, et ce chiffre ne cesse d'augmenter.

Alors, c'est à vous de jouer !

## AUTEUR & CRÉDITS PHOTOS

**LÉONARD DANGLÉANT**  
Co-fondateur

Crédits photos :  
<https://www.pexels.com/>

## REMERCIEMENTS

Nous tenions à remercier l'ensemble de nos partenaires. Toutes leurs solutions sont interfacées ou interfaçables avec KeplerVO, cela fait du logiciel un outil vraiment complet, adaptable à vos attentes et à tous les besoins du métier. Encore merci à vous !

Autovista  
Group

  
Car Protection Services

Cilea  
SOFTWARE & SERVICES

Digitaleo  
BUSINESS BOOSTER

 garageScore

  
Guest

  
TMS

  
ubiflow

 wemoov  
by an international & software



# KEPLER VO

Accélérateur de Business

[www.keplervo.com](http://www.keplervo.com)  
02 40 86 93 99  
[contact@kepler-solutions.fr](mailto:contact@kepler-solutions.fr)