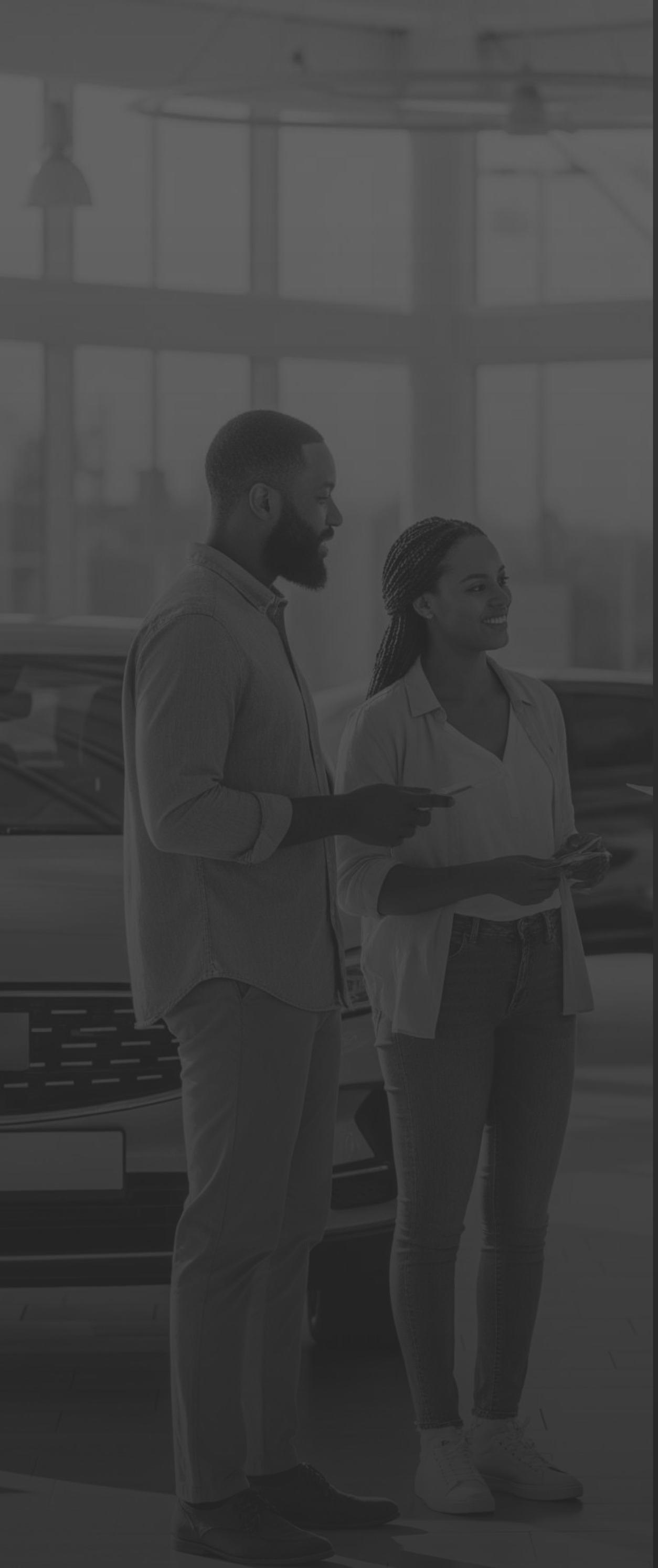
AutoHebdo.net

Étude de 2026 sur le parcours d’achat

Du rêve à la clé dans le contact: comment s’y retrouver dans le parcours d'achat

go.trader.ca/parcours-dachat





À propos de l’étude

Depuis 2019, AutoHebdo étudie les habitudes des consommateurs automobiles canadiens pour mieux comprendre comment ils s’y retrouvent dans un parcours d'achat en pleine évolution. En effet, avec l’évolution des habitudes et des attentes, il est de plus en plus important de comprendre ce qui influence la décision d’achat. L'étude sur le parcours d'achat automobile de 2026 se penche sur les habitudes de recherche, de magasinage et d’achat des Canadiens, analyse les nouvelles habitudes des acheteurs, les facteurs décisionnels, ainsi que les points de contact stratégiques. Il s’agit d’une importante source de données pour le commerçant, qui permet d’anticiper les besoins des acheteurs, de stimuler l'engagement et de trouver des façons de transformer l’intention en vente concrète.

Méthodologie du sondage

Taille de l'échantillon: 1727 Canadiens

Âge: 17–74

Auditoire:

- Acheteur récent: six derniers mois (n=758)
- Futur acheteur: dans les six prochains mois (n = 597)
- Consommateur sans intention d’achat (n=327)

Recherche sur le terrain Août 2026 Données pondérées pour garantir la représentation de la population canadienne dans chaque échantillon

Données pondérées pour garantir la représentation de la population canadienne dans chaque échantillon

Table des matières

Ce qui incite le consommateur à passer à l’achat 4

Longueur du parcours d'achat 4

Étapes les plus franchies du parcours d'achat 5

Considérations du consommateur 6

Assistance pour traverser les étapes plus longues 7

Processus de décision et achat 8

Nouveautés du côté de l’intention d’achat 9

Quand l'IA facilite le parcours d'achat 10

Soutien et information 11

Impact des droits de douane sur la vente automobile 12

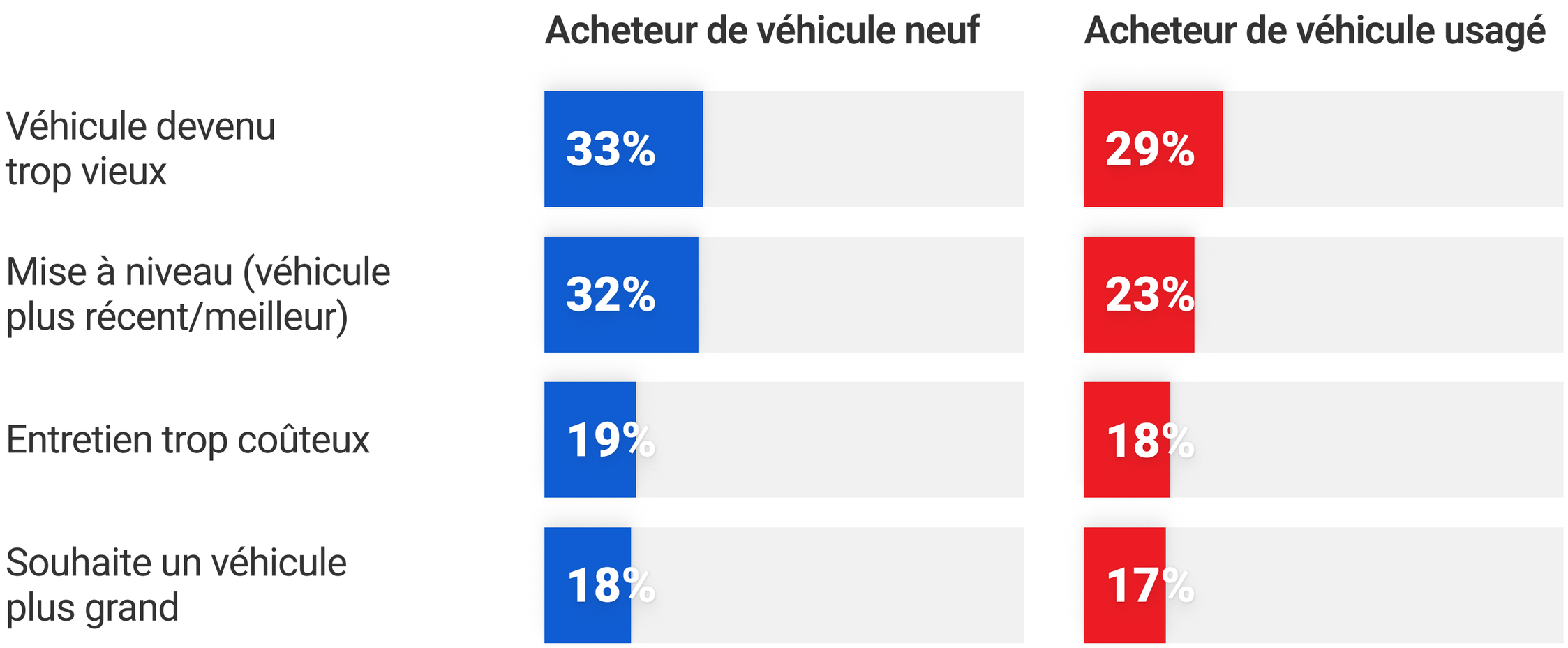
Budget d'achat 13

Source de financement 13

Intérêt pour garder le contact après l’achat 14

Transformer les statistiques en ventes concrètes 15

Ce qui incite le consommateur à passer à l'achat



L'occasion à saisir

Pour concrétiser l'intérêt et le transformer en ventes, le commerçant auto doit comprendre les motivations et les habitudes des consommateurs. En analysant les motivations, il est plus facile d'optimiser le positionnement des annonces, d'adapter sa stratégie de vente et de profiter des questions des clients pour tisser un lien de confiance, le genre de lien qui encourage la conversion.

Longueur du parcours d'achat

3 Mois

Recherchent un VÉB

(3,7 vs 2,8 mois, MCI)

Recherchent un véhicule de luxe

(3,5 vs 2,8 mois, grand public)

Utilisateurs de l'IA

(3,4 vs 2.9 mois, non utilisateurs)

go.trader.ca/parcours-dachat

AutoHebdo.net

Première étape du parcours d'achat: l’internet

Acheteur de véhicule neuf		Acheteur de véhicule usagé
82%	**En ligne**	86%
50%	A visité une place d’affaires automobile en ligne	79%
46%	A visité des sites web de commerçants	31%
40%	A visité des sites web de constructeurs	18%
24%	S’est servi d’un outil ou d’un assistant d'IA	26%
73%	**S’est présenté chez un commerçant**	49%
59%	Visite en personne *(avec essai routier)*	36%
26%	Visite en personne *(sans d'essai routier)*	19%
3,5	**Nbre d'étapes en moyenne**	**3,3**

L'occasion à saisir

En sachant comment les acheteurs, de neuf comme d’occasion, tirent parti des outils en ligne et des visites en personne, il est plus facile de repérer les points de contact stratégiques. Vous pouvez donc recibler votre budget marketing et intensifier votre présence aux points stratégiques de décision, et ainsi multiplier les occasions d’inciter l’acheteur à passer à l’achat.

go.trader.ca/parcours-dachat

AutoHebdo.net

Consommateurs qui considèrent plusieurs marques et commerçants

de marques considérées

Neuf moyenne de **2,9**

Usagé moyenne de **3,2**

de commerçants visités

Neuf moyenne de **1,9**

Usagé moyenne de **1,7**

Commerces que préfèrent les acheteurs d'occasion

34% Marchand indépendant

30% Concessionnaire

27% Particulier

Groupe motopropulseur





go.trader.ca/parcours-dachat

AutoHebdo.net

Assistance pour traverser les étapes plus longues

Confiance et valeur

Véhicle neuf
56%

Véhicle usagé
57%

Disent trouver difficile d'obtenir un prix équitable pour leur vieux véhicule

Autres difficultés:
- Être certain que le prix est équitable
- Choisir un commerçant
- Obtenir une réponse rapide du commerçant

Abordabilité et coûts

Véhicle neuf
38%

Véhicle usagé
50%

Disent trouver difficile de comparer les prix

Autres difficultés:
- Déterminer un budget
- Estimer le coût des assurances
- Choisir le mode paiement (prêt ou location)
- Financement et préqualification

Choix & comparaison

Véhicle neuf
35%

Véhicle usagé
42%

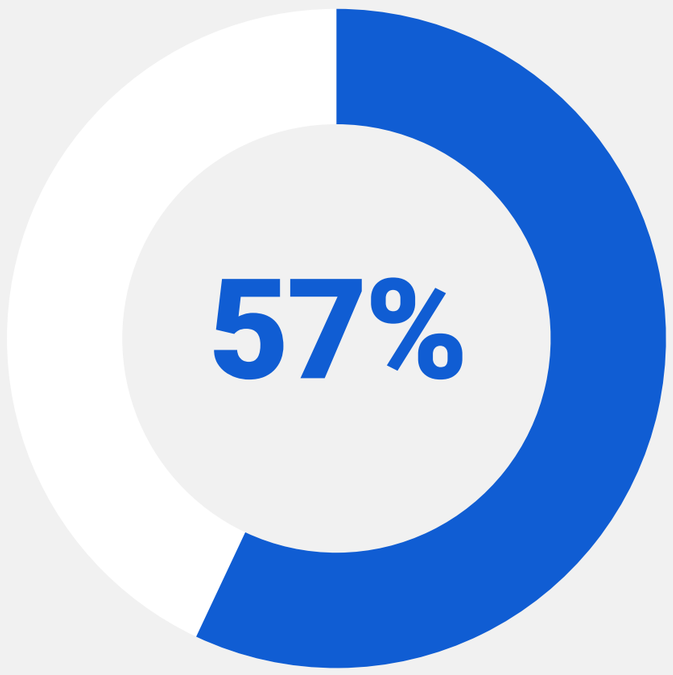
Disent trouver difficile de choisir parmi les options

Autres difficultés:
- Choisir le type de véhicule
- Choisir le modèle
- Choisir le groupe motopropulseur
- Choisir une marque

L'occasion à saisir

Faites preuve de transparence. Aidez l’acheteur à surmonter ses réticences en affichant clairement le prix, la valeur de reprise et les comparatifs. Vos recommandations et conseils personnalisés sur les options offertes l’aideront à surmonter ses incertitudes - et à passer à l’achat en toute confiance.

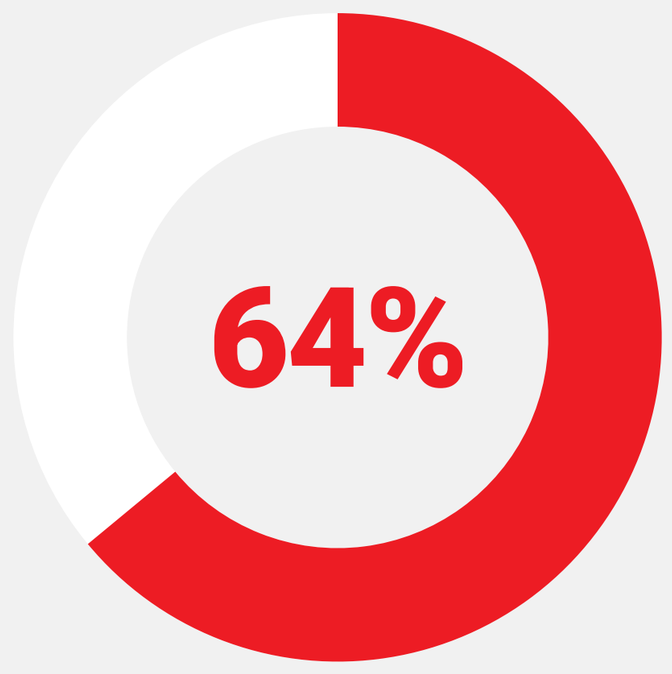
De tous les facteurs de décision, le prix est le plus important



des acheteurs dans le neuf affirment que **le prix est leur premier critère de sélection**

Point de mire: caractéristiques du véhicule

49% Notoriété/réputation de la marque
43% Type de carburant
42% Confort
41% Type carrosserie



des acheteurs dans l’occasion affirment que **le prix est leur premier critère de sélection**

Point de mire: commodité

51% Kilométrage
42% Âge du véhicule
35% Historique du véhicule

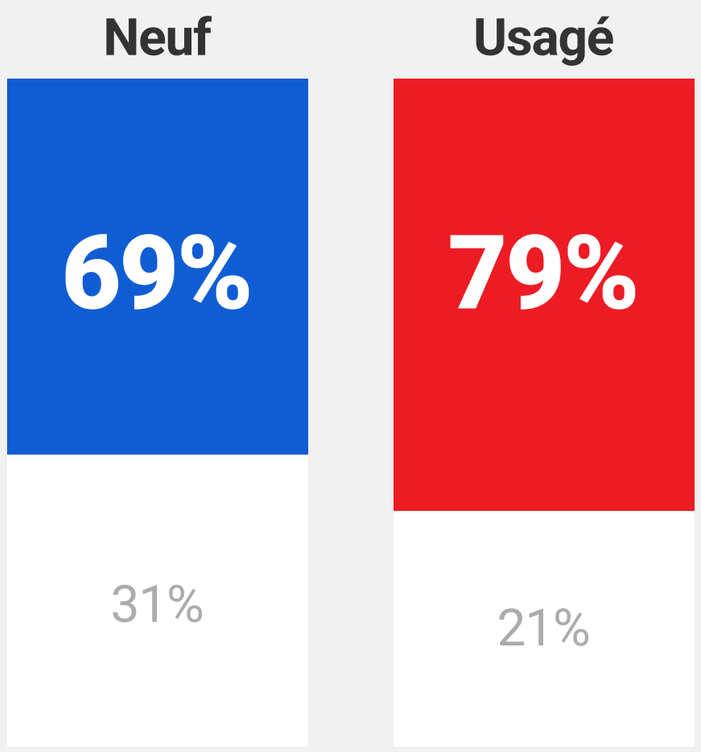
58% des acheteurs disent que les droits de douane et les politiques commerciales ont un impact sur le type de véhicule choisi et le moment de passer à l’achat

L'occasion à saisir

Dans le neuf comme dans l'occasion, l’acheteur décide d’abord en fonction du prix. Aidez-le à se sentir en confiance en faisant preuve de transparence quant aux prix, aux conditions de financement et aux incitatifs. Adaptez votre stratégie en fonction de ce qui compte le plus pour chaque acheteur! Mettez les caractéristiques et avantages du véhicule en valeur pour attirer l’attention des nouveaux acheteurs, affichez l'état et l'historique du véhicule pour attirer celle des acheteurs d'occasion.

Intention d’achat variable

Se sont procuré un autre véhicule que celui souhaité au départ

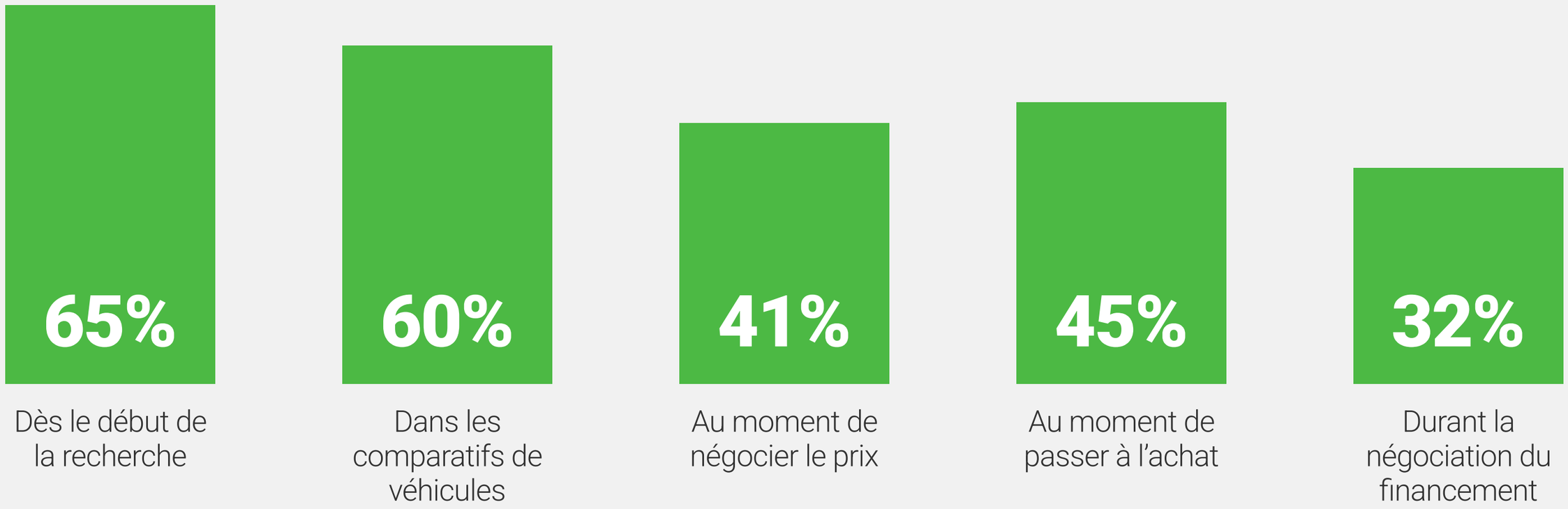


Ce qui fait changer d’avis	Neuf	Usagé
Budget	25%	36%
Type de motorisation	22%	17%
Autre modèle	21%	20%
Moment propice pour l’achat	19%	18%
Hésitation entre neuf et usagé	11%	16%
Version	17%	11%

L'occasion à saisir

La plupart des acheteurs finissent par acheter un autre véhicule que celui qu'ils avaient prévu au départ. C’est pourquoi il faut prendre le temps d’évaluer les besoins, de répondre aux préoccupations et de recommander des modèles pertinents. Ainsi, vous pouvez influencer la décision d'achat et créer des occasions de convertir l’intérêt en ventes.

L'IA mise à profit durant le parcours d’achat



Le consommateur continue de compter sur le commerçant

52%
Pour l’aider avec le prix final, les frais ou les incitatifs

47%
Pour voir le véhicule sur place ou faire un essai routier

43%
Pour connaître les conditions de garantie, de service et d'entretien

41%
Pour confirmer la disponibilité du véhicule

38%
Pour évaluer l'état ou l'historique d'un véhicule d'occasion

37%
Pour comparer des véhicules similaires

37%
Pour négocier ou finaliser l'achat

21%
Pour comprendre les options de financement, de location ou de paiement

L'occasion à saisir

L’acheteur exploite l’IA dès le début du parcours d'achat, l’activité redoublant à mesure qu’il approche de la fin du parcours et, avant de prendre une décision, il consulte aussi l'IA pour valider son choix. C’est donc une autre occasion de tisser un lien de confiance avec l’acheteur en fournissant de l’information pertinente, de l’assistance au bon moment et un contact suivi. Plus l’acheteur se rapproche de l'achat, plus il est important de faire preuve de transparence quant aux prix, à l’information sur le véhicule et à l’expérience de conduite. Ainsi, vous gagnez en crédibilité, ce qui permet de vaincre les hésitations de l’acheteur et de transformer son intention d'achat en une vente concrète.

go.trader.ca/parcours-dachat

AutoHebdo.net

IA: l’acheteur fait plus que des recherches, il s’en sert comme assistant de magasinage

Dominez le marché

Comparez les marques, les modèles, les caractéristiques et la fiabilité

Faites une sélection

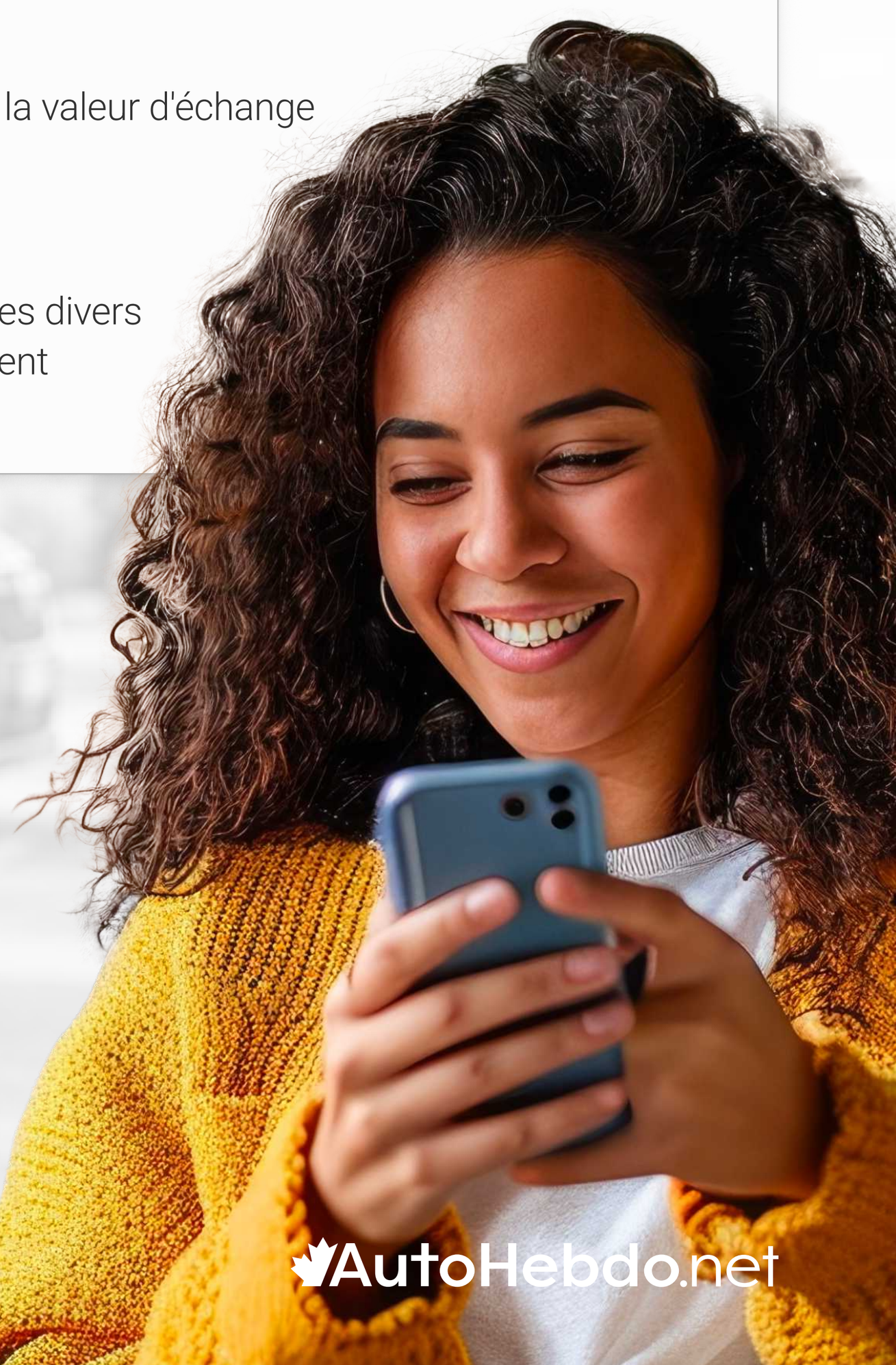
Triez les annonces sur le volet, découvrez les options, faites le suivi des prix et de la disponibilité

Validez la valeur

Obtenez tous les détails du calcul de la valeur d'échange et trouvez la meilleure offre

Structurez la transaction

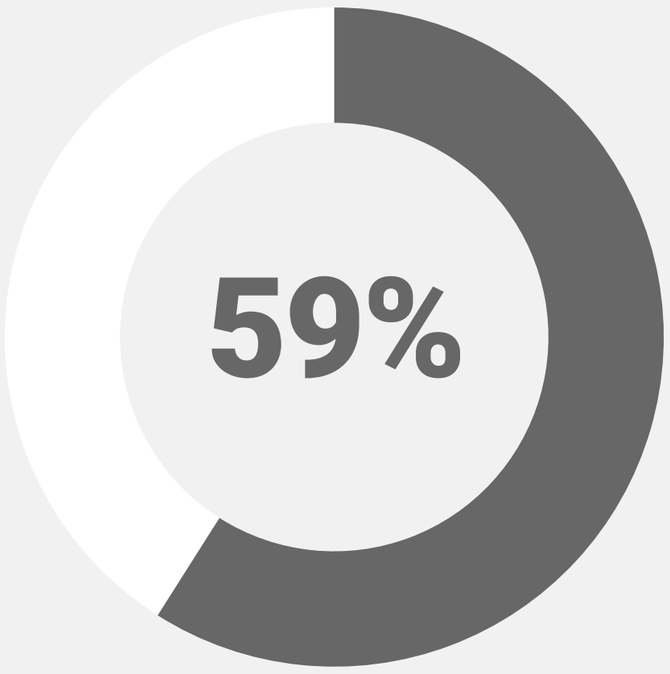
Structurez la transaction Comparez les divers moyens de paiement et de financement



go.trader.ca/parcours-dachat

AutoHebdo.net

Aidez l’acheteur à traverser la conjoncture actuelle



des acheteurs disent que les droits de douane et les politiques commerciales ont un impact sur le type de véhicule et le moment de passer à l’achat

Reportent le moment de passer à l’achat

Passent plus de temps à comparer les prix

Considèrent un véhicule hybride/électrique plutôt qu'un véhicule à essence/diesel

Réduisent leur budget

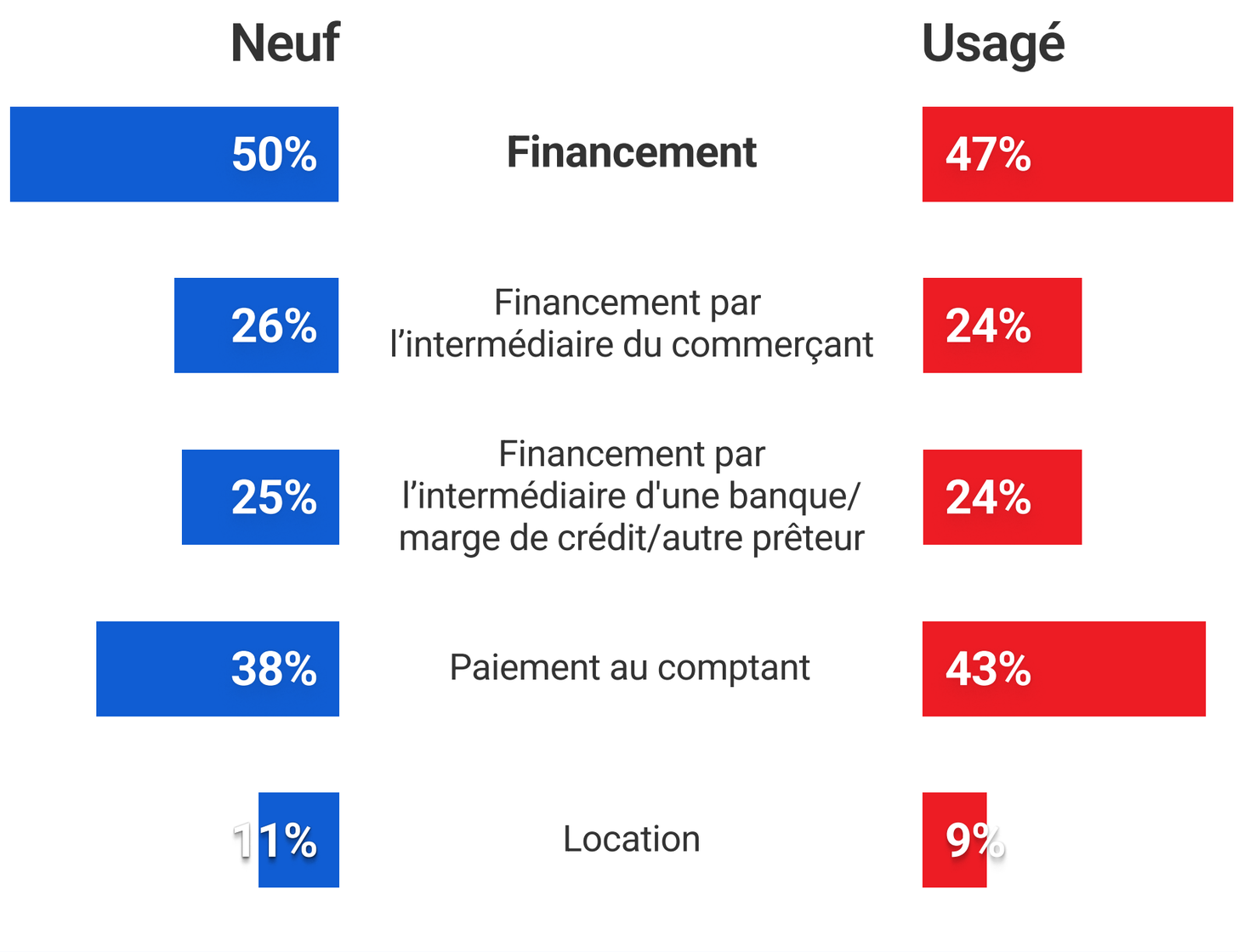
Remettent en question l'achat d'un véhicule fait ou assemblé aux États-Unis

Décident de se tourner vers l’usagé

L'occasion à saisir

Les tensions commerciales et l'incertitude entourant les droits de douane ont un impact sur la décision d'achat. C’est donc l’occasion d’aider l’acheteur à relativiser l'incertitude économique et l’impact potentiel des droits de douane en faisant ressortir l'abordabilité du véhicule, et en faisant preuve de transparence quant au prix et à la valeur du véhicule. C’est aussi l’occasion de lui proposer des options de financement ou un autre véhicule pertinent afin de calmer ses incertitudes et de l’inciter à passer à l'achat.

Financement: faites preuve de transparence



L'occasion à saisir

Faites valoir toutes vos options de paiement, expliquez les options de financement tout au long du parcours d'achat. En sachant dès le départ comment l’acheteur prévoit payer, vous pouvez adapter votre approche de vente en conséquence, résoudre les problèmes d’abordabilité, et ainsi réduire les obstacles à l'achat.

Si l'abordabilité demeure la priorité, les acheteurs d'occasion ont augmenté leur budget

54 700$

Avec intention d'achat - Neuf
(contre 55 600$ dans les six derniers mois)

34 600$

Avec intention d'achat - Usagé
(contre 29 800$ dans les six derniers mois)

go.trader.ca/parcours-dachat

AutoHebdo.net

Élaborez une stratégie de communication après achat

88%

des acheteurs de véhicules neufs se disent intéressés à garder le contact après l'achat

Préférences:

Rappels de service/maintenance (52%)
Assistance générale (48%)
Promotions sur le service, l'entretien, les pièces (46%)
Trucs et conseils pour tirer le maximum du véhicule (38%)
Rappels de fin de location/renouvellement (26%)

75%

des acheteurs de véhicules d'occasion se disent intéressés à garder le contact après l'achat

Préférences

Rappels de service/maintenance (41%)
Rabais sur le service, l'entretien, les pièces (36%)
Soutien général (29%)
Rabais sur véhicules neufs/d'occasion (26%)
Offres d'échange ou mise à niveau (26%)

L'occasion à saisir

Le service à la clientèle va bien au-delà de l'achat initial. Transformez une vente ponctuelle en client à long terme en faisant un suivi personnalisé et régulier. Le fait de faire un suivi des rappels de service, de donner de l'assistance et de faire connaître les offres inspire confiance, encourage la fidélité et ouvre de nouvelles occasions de revenus.

go.trader.ca/parcours-dachat

Transformez les statistiques en ventes concrètes

1 Faites-vous voir dès le début du parcours

Attirez l’attention pendant que l’acheteur fait ses recherches et compare les véhicules, contactez-le pendant qu’il est en ligne.

2 Nouvelles priorités des acheteurs

En ayant une bonne idée du budget et des préférences des acheteurs, il est facile de recommander des solutions de rechange à mesure que se concrétise l’intention d'achat.

3 La transparence: un gage de confiance

Fournir un prix détaillé, toute l’information sur le véhicule, ainsi que les options de financement réduit l'incertitude et aide l’acheteur à prendre une décision éclairée.

4 Surfez sur la vague de l'IA

Comme les consommateurs se tournent de plus en plus vers l'IA, c’est l’occasion d'inspirer confiance en donnant une information précise et des prix transparents. Vérifiez que vos annonces sont à jour et détaillées. Soyez prêt à répondre aux questions ou aux contradictions que peuvent relever les acheteurs qui utilisent l'IA.

5 Faites compter chaque interaction

Afin d’inciter l’acheteur à passer à l’achat, offrez un soutien adapté et personnalisé, ainsi que l’occasion d’essayer des véhicules.

6 Gardez le contact après la vente

Pour fidéliser le client et l’encourager à revenir, gardez contact en envoyant de l’information pertinente et des rappels de service, et en offrant un soutien continu.

AutoHebdo.net

go.trader.ca/parcours-dachat