

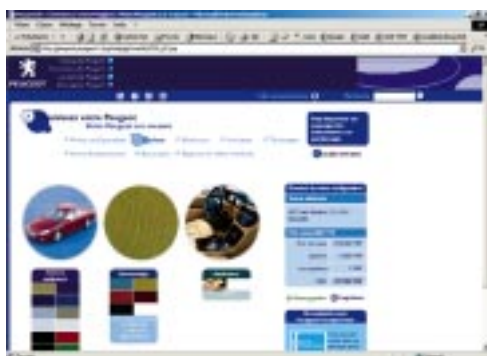
Témoignage client SAP



Second constructeur automobile européen avec 39 milliards d'euros de CA en 2001 et acteur majeur de l'économie française, le groupe **PSA PEUGEOT CITROEN** a choisi le configurateur de mySAP CRM comme élément clé des nouveaux sites Internet « pays » de la marque Peugeot. Le projet, orchestré par Accenture, a pour objectif d'aider Peugeot à mieux connaître les attentes de ses clients afin de les fidéliser, de conquérir de nouveaux clients et de renforcer les relations entre la marque et son réseau de concessionnaires.



PEUGEOT



LES CLIENTS DE PEUGEOT CONFIGURENT LEURS REVES SUR INTERNET AVEC mySAP CRM

« Peugeot a été parmi les tout premiers constructeurs automobiles à ouvrir un site Internet en 1995 en Europe », explique Pierrick Dinard, Responsable du Département Internet de la division Marketing et Qualité de Peugeot (DMQ/INET). « Novateur à l'époque, ce site alors uniquement institutionnel n'était plus, 2 ans plus tard, en phase avec les nouveaux besoins de clients de plus en plus exigeants ». Fort de ce constat, Peugeot crée DMQ/INET afin d'élaborer une stratégie en matière de sites Internet et de proposer à ses clients une solution ad hoc.

Pour l'assister dans cette double tâche, Peugeot choisit Accenture suite à un appel d'offre auprès de cabinets de conseil et d'intégrateurs. « Avec sa vision très orientée business, totalement en phase avec notre approche de la gestion des relations clients, Accenture s'est fortement démarqué de ces concurrents », raconte Pierrick Dinard. « Sa capacité à mobiliser des ressources et son engagement de résultats nous ont également mis en confiance ». La stratégie Internet de Peugeot est alors de refondre à l'intérieur d'une même application l'ensemble des sites Web de la marque présents dans chaque pays, afin de conquérir de nouveaux clients et de fidéliser les anciens. C'est le projet « Peugeot.pays ».

LE CONFIGURATEUR DE SAP : LA PIÈCE MAÎTRESSE DU SITE

Ensemble, Peugeot et Accenture se tournent vers les éditeurs et, appel d'offres à l'appui, retiennent une plate-forme Internet et le configurateur IPC de mySAP CRM. « Pièce maîtresse au cœur des sites peugeot.pays, le configurateur doit permettre à l'internaute de choisir rapidement un véhicule à partir de nombreux critères (budget, modèles, cylindrée, options...), et d'obtenir son tarif commercial. En outre, le configurateur IPC de mySAP CRM, qui a fait l'objet de tests très poussés de notre part, s'inscrit pleinement dans la vaste stratégie de refonte des systèmes de gestion du groupe PSA, basée sur mySAP.com ».



SAP FRANCE

57/59 bd Malesherbes
75008 Paris
Tel. : 01.55.30.20.00
Fax : 01.55.30.20.01
www.sap.com/france

Dès août 2000, PSA, Accenture, l'agence Web B2L et SAP se mobilisent. Treize mois plus tard, le site pilote www.peugeot.fr ouvre au public. « Chargé de la maîtrise d'œuvre, Accenture a été la clé de voûte de ce projet colossal et ambitieux, difficile à gérer du fait de ses nombreux acteurs », se souvient Pierrick Dinard. « La rigueur de son pilotage a été un facteur majeur de cette réussite ».

Le site est structuré autour de 4 étapes essentielles du cycle de vie de la relation client : découvrir la marque, choisir un véhicule, accéder à la gamme des services du constructeur ou entrer dans un espace personnalisé où l'internaute peut conserver et comparer ses sélections, piloter la maintenance de son véhicule (pour les propriétaires), consulter des informations ciblées. « Pour sélectionner un véhicule, l'internaute bénéficie directement des capacités multi-critères, de la puissance et de la rapidité du configurateur de mySAP CRM, et de son approche intuitive qui suit la logique de décision client ». Richesse de contenu, efficacité des services offerts et personnalisation contribuent ainsi à la satisfaction du client et à sa fidélisation.

Le site est également un moyen idéal pour les clients de préparer leur visite à un concessionnaire : ils peuvent en effet obtenir une estimation de la cote de leur ancien véhicule afin d'avoir une vision claire du coût de la transaction et peuvent étudier plusieurs modalités de paiement et offres de financement. Ils peuvent échanger des mails et accéder à l'espace Web du concessionnaire de leur choix.

Ce nouveau canal est un véritable apporteur d'affaires pour le réseau. Les concessionnaires voient arriver un nouveau type de client, mieux informé, sachant ce qu'il veut. « Parce que ce client exige une relation plus efficace, il va certainement amener les concessions à homogénéiser leurs pratiques commerciales ».

UN TAUX DE FRÉQUENTATION EN HAUSSE ET 15 000 CONTACTS QUALIFIÉS

Depuis septembre 2001, le nouveau site français a enregistré un taux de fréquentation 40% supérieur à l'ancien, avec plus de 2 millions de pages vues par mois. Et 15 000 personnes (50% de clients, 50% de prospects) ont été enregistrées en 3 mois, dont 60% se sont connectées plus de 10 fois. Des chiffres jugés excellents par le constructeur. « D'autant plus que ces contacts sont qualifiés, puisqu'ils nous ont laissé des renseignements sur leur mode de vie et leurs attentes. Autant d'informations permettant

de personnaliser notre communication par « push » de bandeaux répondant à leurs préoccupations et passions : résultats sportifs, présentations de nouveaux modèles, articles de presse... »

Le site peugeot.pays sera progressivement déployé dans plusieurs autres pays qui bénéficieront de cette solution technologique haut de gamme. « Il s'agit pour Peugeot de renforcer sa présence sur le net, à l'heure où nombre de constructeurs concurrents y affichent aussi leurs couleurs », poursuit Pierrick Dinard. « Le choix de l'IPC de mySAP CRM est particulièrement critique, dans le sens où il va nous permettre de réaliser une intégration étroite entre notre front-office et notre futur back-office sous mySAP.com. Aujourd'hui nos ventes s'effectuent via notre réseau de concessionnaires : c'est une volonté stratégique ! Mais dans l'éventualité d'une évolution vers la vente en ligne, cette intégration en temps réel est pour nous une indispensable garantie de souplesse et de réactivité ».

« Fort de ses capacités multi-critères, de sa rapidité et de son ergonomie intuitive, le configurateur IPC de mySAP CRM constitue l'un des atouts de notre site ».

**Pierrick Dinard,
Responsable Internet de Peugeot.**

Architecture technique

Solutions :	Site Web B2C
Composants :	mySAP CRM (Configurateur IPC)
Serveur + bases de données :	SUN Solaris