



ÉTUDE DE CAS



+440 000 VÉHICULES
VENDUS EN 2014



7,1 MILLIARDS €
CHIFFRE D'AFFAIRES



198 SITES DANS
13 PAYS EN EUROPE

LE CHALLENGE

PROPOSER UN
SERVICE INNOVANT,
GÉNÉRER DE
NOUVEAUX LEADS
ET AUGMENTER LA
SATISFACTION
CLIENT

RENAULT RETAIL GROUP est la filiale distribution du constructeur automobile. En 2014, un véhicule Renault sur trois vendus en France passait par ce réseau propre, générant 7 milliards d'euros de chiffre d'affaires. Sur son site, la filiale permet notamment de réserver un véhicule neuf ou occasion. Son enjeu ? Délivrer une expérience client sans couture de l'achat et générer de nouvelles opportunités de ventes pour les sites.

LA SOLUTION

17% DES CONTACTS CONVERTIS EN LEADS

EN ENGAGEANT SES VISITEURS PAR CHAT, VOICE ET SUR MOBILE, RENAULT RETAIL GROUP PROPOSE UNE EXPÉRIENCE CLIENT SANS COUTURE DU PREMIER CONTACT EN LIGNE JUSQU'EN CONCESSION.



- CHAT & VOICE

Dans l'objectif de proposer un service innovant, Renault Retail propose à ses visiteurs un contact en temps réel par Chat ou Voice (webcall back). Dans l'objectif de générer un maximum de leads, un processus a été mis en place et permet aux conseillers de substituer au formulaire. Ainsi 4 conseillers traitent les conversations en temps réel et retraitent les leads quand il n'y a pas de contacts entrants. La stratégie d'engagement a été conçue de manière à atteindre un taux de présentation (temps d'affichage des invitations par rapport au temps de présence des conseillers) de 70%. La durée moyenne de traitement d'un Chat est de 11 minutes et 6 minutes pour les rappels automatiques. Appuyée par une excellente réactivité – la 1^{re} réponse est apportée en 22 secondes –, la satisfaction globale atteint 92% !



- CIBLAGE

Une cinquantaine de règles ont été mises en place et sont affinées continuellement. 30 % des contacts concernent des demandes d'achat, d'essai et de reprise, 19 % des prises de rendez-vous à l'atelier pour l'entretien de véhicules.



- MOBILE

Avec des temps de navigation plus courts, le ciblage a été adapté pour le mobile. Renault Retail a constaté que le canal Voice était privilégié sur mobile et ont donc opté pour un engagement proactif. Quand au Chat, un bouton flottant s'affiche sur le mobile du visiteur après 30 secondes passées sur la page Contact.



LES RÉSULTATS

92%

satisfaction globale
après un échange

22 sec.

première réponse
apportée en 22 secondes

17%

des contacts Chat ou Voice
sont **convertis en leads**

NOUS AVONS INTÉGRÉ
IADVIZE POUR ORIENTER,
ACCOMPAGNER ET
CONSEILLER LES VISITEURS,
AFIN DE DÉBLOQUER LES
SITUATIONS CRITIQUES ET DE
GÉNÉRER PLUS DE LEADS.

AUDREY HEISER, RESPONSABLE E-COMMERCE



TÉMOIGNAGE

2 QUESTIONS À AUDREY HEISER

1 QUELLES ÉTAIENT VOS CRAINTES AU MOMENT DU LANCEMENT ?

Au départ, les conseillers étaient plutôt formés sur la partie Véhicules neufs pour apporter un maximum d'informations. Il s'est trouvé que les questions portaient plutôt sur les pièces de rechange et d'accessoire. Ainsi nous avons ouverts les différents univers au fur et à mesure pour pouvoir répondre à l'ensemble des demandes.

2 COMMENT EST CONSTITUÉE VOTRE ÉQUIPE DE CONSEILLERS ?

Nous avons recruté quatre Product Genius, qui intervenaient sur l'ensemble de la réassurance produit, online et en concessions. Ils sont intervenus pendant la durée du POC et ont passé le relais cet été à quatre conseillers qui interviennent sur iAdvize et retraitent les leads dans les moments creux.