

[Nominations] izmoFrance renforce ses équipes

La distribution automobile et des pièces de rechange, en pleine mutation dans son processus de digitalisation, conditionne une forte demande. En pleine croissance, izmoFrance, fournisseur de solutions de marketing digital, consolide ses équipes avec la création de deux postes, la nomination d'une Directrice des Opérations, Virginie Harant, et d'une Responsable de la Division Web, Xiang Hei. La filiale française du groupe californien compte aujourd'hui 16 collaborateurs.

Encadrés par David Descottes, Directeur Général France, les 16 collaborateurs izmoFrance couvrent tous les métiers du groupe autour de 4 divisions et l'agence de marketing digital qui fait le lien :

- Division Administration des Ventes & Communication, sous la responsabilité de Virginie Harant
En charge de la prospection et du développement commercial des comptes Constructeurs depuis la création d'izmoFrance, Virginie Harant a été promue Directrice des Opérations. Elle accompagne les divisions Administration des Ventes, Communication et Customer Success Management.
- Division Web, supervisée par Xiang HEI qui vient d'être nommée Web Production Manager. Deux Chefs de projet Web viennent d'être recrutés.
- Division AfterMarket (CRM, Parts/Sales Velocity, Parts Gorilla) sous la direction de Chamsy Najid depuis mai dernier
- izmoTheAgency, l'agence de marketing digital, sous la responsabilité de Siradiou Diallo, arrivé en juin dernier
- Division Commerciale dirigée par David Descottes



« La distribution automobile fait face à une transformation sans précédent. La gestion de la relation client passe désormais aussi et surtout par Internet, ce qui demande de nouvelles compétences. Nous nous entourons des meilleurs collaborateurs et partenaires pour assurer ces services et accompagner nos clients, marques et distributeurs automobiles. Le partage de compétences permet à chacun de se concentrer sur son cœur de métier. Au même titre que le distributeur sollicite un architecte pour construire son point de vente, il fait intervenir izmocars en tant que maître d'œuvre de sa stratégie digitale. Les technologies numériques évoluent très vite et c'est à nous d'investir pour les intégrer dans nos solutions et non au distributeur d'apprendre un nouveau métier et de mobiliser des ressources. Nous disposons des capacités financières, des compétences métiers appliquées au secteur automobile et des 15 ans d'expérience du groupe, né à San Francisco avec l'émergence d'Internet », **David Descottes, Directeur Général izmoFrance.**





Depuis son lancement en 2015, la filiale française d'izmocars suit une croissance régulière. IzmoFrance est à l'origine de 700 sites Internet, soit 16% des sites des concessionnaires en France, représentant 40 marques automobiles. Elle a franchi la barre du million de sessions par mois. Elle compte plus d'une centaine de clients parmi lesquels des constructeurs et groupes de distribution du TOP 10 (PSA, Groupe Renault, Groupe LS, Groupe Emil Frey, Mitsubishi, Groupe Bernier...).



L'équipe izmoFrance sera présente à Equip Auto, au **Village Start-up** (hall 2.2). Elle vous accueillera avec plaisir pour vous présenter ses solutions et parler de son actualité : partenariat avec [eKonsilio](#), lancement de son agence [izmotheAgency](#), rendez-vous réseaux (izmoApéro)...

[Salle de presse izmocars](#)

A propos d'Izmocars

Izmocars a été fondé en 2002 à San Francisco par Tej SONI avec comme ambition d'emmener les concessionnaires automobiles américains vers une stratégie digitale. Fort de ses succès aux Etats-Unis, izmocars s'est lancé à l'international 3 ans plus tard. Présent dans 13 pays (Amérique, Europe, Asie) et doté de 300 développeurs basés à Bangalore (Inde), capitale mondiale des technologies de l'information, izmocars se positionne comme un spécialiste des technologies digitales et de la création de contenus image pour la distribution automobile.

Avec 9 produits développés sur la base de technologies innovantes et évolutives, izmocars maîtrise toute la chaîne du commerce en ligne : du marketing à la vente à la gestion qualitative de la base de données clients.

La filiale française izmoFrance a été créée en 2015 sous l'impulsion de premiers accords signés avec des constructeurs français.

Aujourd'hui l'entreprise compte 100 clients parmi lesquels des constructeurs et groupes de distribution du TOP 10 (PSA, Groupe Renault, Groupe LS, Groupe Emil Frey, Mitsubishi, Groupe Bernier...). Elle a réalisé 700 sites Internet, soit 16% des sites des concessionnaires en France qui représentent plus de 40 marques automobiles. izmoFrance a franchi la barre du million de sessions par mois.

www.izmocars.fr