
COMMUNIQUÉ DE PRESSE

03 septembre 2019

FRANCE PARE-BRISE LANCE SON NOUVEAU SITE WEB

Après avoir mis en place la prise de RDV en ligne et déployé ses nouvelles enseignes, le réseau France Pare-Brise transforme son site Internet.

Cette nouvelle vitrine digitale reflète l'identité de l'enseigne et sa vision moderne du métier de réparateur de vitrage auto, mais reste avant tout une porte d'entrée pour le client. Ainsi, en mettant en avant ses services et ses points forts, le réseau français cherche avant tout à offrir la meilleure réponse au client.

Sur le plan fonctionnel, ce nouveau site web a été adapté aux codes et aux usages actuels des automobilistes, et pensé pour améliorer leur expérience. Accessible sur desktop, tablette et mobile, il répond aux besoins de tous les clients France Pare-Brise, particuliers comme professionnels. L'interface créée par l'agence Subskill Digital se veut plus « utilitaire », simple et épurée pour faciliter la compréhension des utilisateurs.

« Pensé mobile first pour répondre aux attentes, besoins et questionnements des clients en situation de stress voire de détresse, le nouveau site propose désormais de nouveaux parcours plus intuitifs, plus directs durant toute la phase de qualification du choc jusqu'à la prise de rendez-vous avec le centre France Pare-brise le plus proche. Plus moderne, le nouveau site reflète également davantage le dynamisme et l'identité de la marque. » explique **Gérald ROUGERIE**, CEO Subskill

Le tunnel de conversion principal, à la fois plus court et plus complet, répond à un objectif essentiel pour France Pare-Brise : faire du bris de glace une expérience positive. Ainsi, la prise de RDV en ligne est possible avec plusieurs solutions de mobilité, le prêt d'un véhicule ou la pose à domicile.

Les partis pris inhérents à cette refonte ont été validés par les résultats explicites de tests utilisateurs avec la solution Testapic. En plus de confirmer que le nouveau design graphique correspond aux valeurs que la marque souhaite transmettre, ils ont démontré que le nouveau parcours clients répond à leurs attentes.

« La refonte complète de notre site internet était une nécessité pour la marque France Pare-Brise dans la continuité de la modernisation de son image au deuxième semestre 2017, le lancement de la prise de RDV en ligne en janvier 2018 pour des interventions en centres, et en octobre 2018 pour les Rdv à domicile. »

Le réseau continue sa transition digitale avec l'apport de nouvelles solutions pour les automobilistes mais aussi pour nos partenaires assureurs. » indique Martial Lafont, Directeur Général France Pare-Brise

A propos de France Pare-Brise :

France Pare-Brise avec son Réseau de plus de 330 centres de pose, intervient sur le marché de la seconde monte de vitrage automobile, mais également dans les domaines TP, agricole, Bus et PL.

Fournissant aux automobilistes des services complets grâce à une flotte de véhicules de prêt et camions de pose mobile, et depuis début 2018, la prise de RDV en ligne, France Pare-Brise offre des solutions pour faciliter le parcours client.

Ses clients sont des compagnies d'assurances, des flottes d'entreprises, des sociétés de location de voitures ainsi que des clients individuels.

La société fait partie du groupe Saint-Gobain depuis octobre 2016.

www.franceparebrise.fr

A propos de Subskill :

Subskill est une agence digitale parisienne créée en 2008. Avec son positionnement de DIGITAL MAKER, Subskill accompagne des clients grands comptes (France Pare-brise, Natixis, Pierre Hermé, Saint-Gobain...) mais également des PME & des startups sur la conception, le design, le développement et la maintenance évolutive de leurs projets de transformation et de communication digitale : sites e-commerce, sites de contenus, applis, plateformes métiers... L'agence, constituée d'une vingtaine de collaborateurs, possède un ADN technique fort et est reconnue pour sa capacité à retranscrire les enjeux business, marketing et d'image dans ses solutions.

A propos de Testapic :

Testapic est l'un des pionniers et le leader en France des tests utilisateurs à distance. Sa mission est d'apporter à ses clients la voix des utilisateurs qui naviguent sur leurs interfaces, qu'il s'agisse d'applications mobiles ou de sites web. Pour cela, Testapic sollicite des testeurs parmi un panel de plus de 200 000 personnes, afin qu'ils testent depuis chez eux les interfaces des clients. La solution technologique leur permet de verbaliser de manière directe et spontanée les irritants et incompréhensions rencontrés, ainsi que les idées pour améliorer l'expérience utilisateur.