

Le 11 octobre 2021

EXCLUSIF / INDUSTRIE AUTOMOBILE :

SPID TECH LANCE LA 1ERE SOLUTION E-COMMERCE B TO C PNEUMATIQUES 100% INTEGREE CHEZ LES CONCESSIONNAIRES AUTOMOBILES



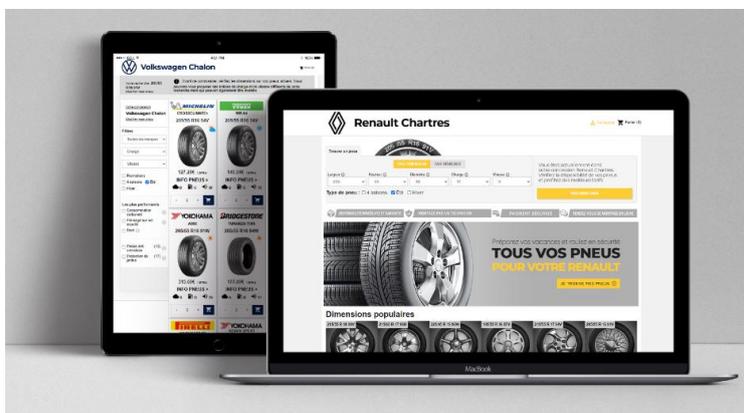
L'AUTOMOBILISTE PEUT DESORMAIS DIRECTEMENT ACHETER SES PNEUS EN LIGNE SUR LE SITE DE SON CONCESSIONNAIRE

En début d'année 2021, WYZ Group investissait dans la société SPID TECH, avec un objectif majeur en tête : lancer rapidement une offre conjointe de sites e-commerce de vente de pneus. **9 mois plus tard, c'est chose faite : SPID TECH annonce aujourd'hui la création de sa 1ère plateforme B to C sur le segment du pneumatique, conçue principalement pour les concessions automobiles.**

DIGITALISATION DES VENTES DE PNEUMATIQUES CHEZ LES CONCESSIONNAIRES

Cette nouvelle solution conjointement développée par SPID TECH et WYZ Group, permet de :

- 1- **Créer des plateformes digitales de vente de pneumatiques** uniques en les intégrant au cœur de l'interface digitale des concessionnaires ;
- 2- **Dynamiser ces plateformes de vente afin** de favoriser le référencement de la concession sur les moteurs de recherche.



**** Exemple de site de concessionnaires ayant déjà intégré la solution :**

<https://renault-soreca.commander-mes-pneus.fr/>

<https://dacia-chartres.commander-mes-pneus.fr/>

<https://audi-macon.commander-mes-pneus.fr/>

Start-up ambitieuse et innovante, SPID TECH - *dirigée par Fabien d'Aumale* - propose déjà depuis sa création en 2018 des solutions e-commerce facilitant la commercialisation d'accessoires automobiles en marque blanche. SPID TECH accompagne ainsi plusieurs constructeurs et groupes de distribution automobile dans la digitalisation de la vente d'accessoires. En France, **plus de 60 concessions** sont déjà équipées des solutions SPID TECH. Le rapprochement avec WYZ Group permet ici **d'étendre ce service de digitalisation pour les concessionnaires au produit pneumatique.**

.... CONCRETEMENT COMMENT CA SE PASSE POUR LA CONCESSION, ET POUR L'AUTOMOBILISTE ?

1- UN SITE E COMMERCE « CLE » EN MAINS INTEGRANT LE PAIEMENT EN LIGNE

SPID-TECH met à disposition du concessionnaire un site e-commerce pneus « clé en main » présentant l'ensemble des références disponibles, les images, les caractéristiques des pneus, les étiquettes produits et favorisant le relais des promotions nationales ou spécifiques des manufacturiers, des constructeurs ou groupes de distribution automobile. **Ce site permet aux clients particuliers de payer en ligne les pneus et les services associés commandés mais aussi de prendre rendez-vous.**

Les interfaces mises en place permettent de montrer non seulement le stock du point de vente mais également les compléments de stock possibles via le service B2B de WYZ Group récemment entré au capital de SPID TECH (stocks manufacturiers et/ou stocks grossistes). Le concessionnaire peut librement choisir les marques qu'il souhaite promouvoir et la politique tarifaire correspondante.

2- UN « SAV » MARKETING EFFICACE

Une fois la plateforme créée, SPID-TECH **dynamise le marketing direct de l'offre Client en connectant son logiciel à la base de données clients du concessionnaire.** Des emails et des sms sont adressés de manière ciblée et automatisée aux clients potentiels pour leur présenter les offres commerciales du moment ou pour leur rappeler leur prochain rendez-vous.

Quelques semaines après le lancement de la solution, **le retour des concessionnaires est déjà très positif** : « *Nos concessionnaires clients connaissent déjà notre outil et sa simplicité. Ils perçoivent bien tout l'intérêt de donner de la transparence tarifaire à leurs clients tout en se donnant une méthode supplémentaire pour commercialiser leurs pneumatiques ou pour se débarrasser de leur éventuel stock mort. (..) Même si un concessionnaire ne sera jamais le moins-disant en termes de prix, il a bien d'autres arguments à faire valoir, en particulier son expertise technique du véhicule du client et sa connaissance des produits. De plus le relais des promotions nationales ou la mise en avant des stocks morts permettent de réduire cet écart et conserver le client dans le réseau* », **déclare Fabien d'Aumale, président de SPID-TECH.**

Le succès de cette solution repose sur **sa simplicité de mise en place** et un **business model gagnant-gagnant** permettant au concessionnaire de **développer ses ventes et de réduire son stock mort.**