



LE GUIDE DU CARLOCATAIRE : NISSAN INTELLIGENT GET & GO, UN SYSTEME DE MATCHING UNIQUE

LE GUIDE DU CARLOCATAIRE

Nissan Intelligent Get & Go MICRA, un système de matching unique

Sur son site web dédié et son application, tous deux créés à l'image d'un réseau social, Nissan est en mesure de déterminer les clients qui formeront les groupes de carlocataires à travers une expérience 100% numérique. Basé sur un algorithme unique et combiné à une technologie de géolocalisation, le service identifie des conducteurs aux besoins complémentaires afin de former le groupe idéal.

Pour cela, il suffit de renseigner sur [le site d'inscription](#) son adresse pour déterminer un rayon dans lequel prendre et restituer le véhicule, et les besoins de déplacement sur une semaine type. Nissan proposera alors une liste de groupes dont les membres ont des besoins complémentaires.

Si un groupe déjà formé (membres d'une famille, amis, voisins...) souhaite profiter de l'offre Nissan Intelligent Get & Go, il peut inscrire son groupe de carlocataires sur le site nissangetandgo.fr.

Lorsque le groupe est complet, les carlocataires signent le contrat en ligne, et peuvent aller récupérer leur Nouvelle Nissan MICRA dans une concession Nissan partenaire, pour une période de 1 an.

A propos de Nissan France

Filiale à 100% de Nissan Europe, Nissan France gère la distribution des véhicules Nissan en France depuis 1972.

La large gamme de véhicules proposée par Nissan en France va des crossovers – dont la marque est pionnière – aux citadines, en passant par les véhicules utilitaires ou la supercar GT-R. Les crossovers QASHQAI et JUKE sont les best-sellers de la marque. Nissan est également leader mondial et européen du marché des véhicules 100% électriques avec la berline LEAF et le fourgon compact e-NV200. Nissan participe enfin au développement de la mobilité 100% électrique via l'installation du premier réseau de bornes de recharge rapide en France et en Europe.

Avec sa Nouvelle Promesse Client, Nissan souhaite faire évoluer l'expérience client. Le client est ainsi placé au centre des initiatives de la marque, côté vente mais également après-vente.

En France, Nissan a commercialisé en 2015 plus de 81 360 véhicules soit une part de marché de 3.54%. Nissan occupe ainsi la place de première marque asiatique en France et contribue ainsi aux objectifs du plan mondial à moyen terme Nissan Power 88. Celui-ci prévoit d'atteindre 8% de part de marché et 8% de marge opérationnelle au niveau mondial d'ici 2016.