

CITROËN REDÉFINIT SA GAMME POUR UN PARCOURS D'ACHAT SIMPLIFIÉ ET UNE MEILLEURE EXPERIENCE CLIENT

- Citroën redéfinit la gamme de ses modèles, resserrée autour de 3 versions désormais au lieu de 5, appelées YOU, PLUS et MAX, chacune proposant jusqu'à 5 packs d'options.
- La redéfinition de la gamme Citroën apporte plus de lisibilité et de simplicité. Elle participe à faciliter le parcours d'achat des clients et correspond aux nouveaux modes de consommation.
- Elle est construite pour coller au plus près des attentes des clients en se concentrant sur ce qu'ils utilisent réellement. Ceux-ci bénéficient ainsi d'une meilleure expérience avec la Marque au travers de plus de transparence.
- En complément d'une meilleure compréhension de la gamme, cette démarche de simplification bénéficiera aux clients au travers d'une meilleure maîtrise des budgets et d'une réduction des délais de livraison.
- La volonté de rester une marque populaire se traduit également par le déploiement d'un programme pilote déployé en Belgique, Autriche, au Luxembourg, aux Pays-Bas, Royaume-Uni et Allemagne. Il vise à proposer une politique de « prix juste » où le caractère aléatoire des promotions est gommé au service de plus de clarté, d'équité et de prix compétitifs.

Poissy le 30 août. Citroën dévoile une redéfinition significative de la construction de gamme de ses véhicules avec en référence 3 niveaux de finition par modèle pouvant proposer chacun un maximum de 5 packs d'options par finition. Tout se concentre donc désormais autour de 3 niveaux de finition, appelés YOU, PLUS et MAX, en remplacement des versions Live, Feel, Feel Pack, Shine et Shine Pack existantes aujourd'hui.

Cette refonte, effective au 1^{er} septembre, répond à une attente des clients et du réseau commercial visant à rendre les offres plus lisibles et claires. Grâce à une meilleure compréhension des montées en gamme et des différentes options disponibles, Citroën facilite le parcours d'achat de ses clients et favorise la confiance. En proposant des niveaux de finition adaptés et des packs d'options bien définis, la Marque apporte des solutions adaptées à leurs besoins et à leur style de vie.

Cette volonté de simplification reposant sur une gamme resserrée favorisera également des tarifs compétitifs et des délais de livraison améliorés grâce à la réduction de diversité, génératrice de complexité. Cette démarche répond totalement aux nouvelles habitudes de consommation, avec notamment une montée en puissance d'un monde digital plus synthétique et à la volonté de la Marque de tendre vers une politique de prix plus juste et équilibrée sur l'ensemble des territoires. A cette occasion, la Marque lance, en Belgique, Autriche, au Luxembourg, aux Pays-Bas, Royaume-Uni et en Allemagne, un programme test de politique de « prix juste », avec un prix net

sur l'ensemble du marché concerné pour gagner là aussi en clarté dans les tarifs et pour que le prix payé soit le même peu importe le canal de distribution.

UNE GAMME SIMPLIFIEE ET CALIBREE AU JUSTE NECESSAIRE

Les 5 versions existantes, Live, Feel, Feel Pack, Shine et Shine Pack, évoluent pour devenir YOU, PLUS et MAX. La redéfinition de la gamme se traduit par une offre plus concise, facilitant la compréhension des différentes montées en gamme et des options disponibles pour les clients, sans pour autant appauvrir le contenu proposé.

Les offres sont conçues de manière à répondre aux besoins des clients, en proposant des niveaux de finition adaptés à leurs préférences et à leurs styles de vie. La gamme se recentre sur son cœur de marché en proposant le bon niveau d'équipement à chaque niveau de prix.

Sans rentrer dans le détail de chaque modèle, un fil conducteur qui se retrouve sur chacun d'entre eux est la notion de style et de confort, véritables marqueurs de Citroën. Par exemple pour C4 et C4 X, le premier niveau de finition YOU permet d'accéder directement au monde du confort Citroën avec des équipements de série tels que les suspensions à butées hydrauliques progressives, un bon niveau de connectivité avec l'écran tactile 10" associé à la réplication d'écran de téléphone sans fil, des aides à la conduite attendues telles que les radars arrière. La finition PLUS permet d'amplifier l'expérience Citroën avec des sièges Citroën Advanced Confort, la caméra de recul et des jantes aluminium de 18". Enfin, la montée en gamme proposée par la version MAX ajoute des équipements pour faciliter la vie à bord avec l'accès et le démarrage mains libres, un système de navigation connectée, la vision tête haute ou encore le régulateur de vitesse adaptatif avec la fonction Stop & Go. Le style n'est pas en reste avec les vitres arrière surteintées ou encore les jantes de 18" diamantées.

Une politique contenue de packs d'options vient compléter l'offre pour la rendre plus simple, jusqu'à 5 packs par version, la teinte de la carrosserie restant un choix indépendant. Basée sur l'analyse des commandes et les retours d'expérience, la logique de packs s'est imposée pour éviter aux clients de devoir trouver puis sélectionner parmi les nombreuses options celles qui correspondaient, au final, à son profil. Pour C4 et C4 X, un pack pour les technophiles avec la recharge sans fil, la vision 360° pour les manœuvres de parking et l'aide à la conduite autonome de niveau 2 avec le Highway Driver Assist ou encore un pack regroupant des fonctionnalités pour répondre à des clients vivant dans des régions où les hivers sont froids avec les sièges et le volant chauffants ont été constitués.

Quant aux éditions limitées, elles seront toujours proposées pour animer la gamme à des moments opportuns. C'est justement ce que la nouvelle collection È-SERIES saura apporter très prochainement.

L'EXPERIENCE CLIENT AMELIORÉE

En repensant sa gamme de produits, Citroën affirme également sa volonté d'améliorer le parcours d'achat pour ses clients, tout en réduisant les coûts et les délais de livraison.

Le point de départ est une écoute des attentes des clients par le réseau de distribution mais aussi à l'aide d'un outil, Citroën Advisor, qui permet aux clients de publier des commentaires et leurs avis sur les produits, les points de vente et les offres de service de la marque en toute transparence.

La simplification et la clarté de la gamme aideront les clients à choisir plus facilement, ce qui répond à l'une de leurs attentes principales. Avec une gamme plus resserrée, le parcours d'achat devient moins complexe et l'expérience globale plus facile et fluide.

Cette facilité dans les échanges qui favorisera un climat de confiance et de transparence se retrouvera notamment dans les points de vente. Citroën continue à compter sur un solide réseau commercial qui entreprend des changements majeurs pour répondre aux besoins des clients.

Cette simplification de la gamme est également un atout majeur dans le parcours digital. Premier support utilisé par les clients pour se renseigner sur un nouveau modèle, un site internet doit être synthétique et apporter une information claire, de manière évidente. Il doit également offrir aux clients des phases de configuration produit fluides et des parcours d'achat en ligne simplifiés. C'est ce que permet de faire la nouvelle gamme Citroën. Par extension c'est également un pas franchi vers de nouveaux canaux de commercialisation comme la vente en ligne, avec des offres qui doivent être conçues pour répondre directement aux besoins du client.

La réduction de diversité permet également d'optimiser la production, de faciliter la gestion des stocks et de favoriser une meilleure maîtrise des coûts. Cela se traduit pour le client par des prix contenus et surtout des délais de livraison plus courts. C'est là un élément majeur pour Citroën, une marque populaire qui a pour ambition d'apporter des réponses concrètes aux enjeux sociétaux. La Marque s'inscrit dans une démarche de politique de prix au plus juste, et vise dans les prochains mois à déployer une politique tarifaire dont l'objectif est de réduire la part aléatoire des promotions au profit d'un tarif plus transparent, attractif, identique selon les canaux de vente.

Citroën

Depuis 1919, Citroën crée des automobiles, des technologies et des solutions de mobilité pour répondre aux évolutions de la société. Audacieuse et innovante, Citroën place la sérénité et le bien-être au coeur de son expérience client et propose une large gamme de modèles, du singulier Ami, objet de mobilité électrique pensé pour la ville, jusqu'aux berlines, SUV et véhicules utilitaires, dont la plupart sont disponibles en version électrique ou hybride rechargeable. Marque pionnière dans les services et l'attention portée à ses clients particuliers et professionnels, Citroën est présent dans 101 pays et dispose d'un réseau de 6 200 points de vente et de services dans le monde.

Pour plus d'informations sur Citroën, visitez le site médias <https://fr-media.citroen.com>