



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### **SEAT France investit sur l'IA et la data avec Advalo pour développer sa notoriété et accélérer ses ventes en France.**

Paris, le 3 septembre 2019 – La marque automobile SEAT, accompagnée par son agence C14TORCE a choisi la plateforme de marketing individualisé Advalo pour maximiser l'impact de ses actions marketing et communication en France auprès de ses clients et prospects. En exploitant ses données omnicanales, SEAT est en mesure de détecter en temps réel les intentions d'achat pour personnaliser ses actions marketing afin d'augmenter son trafic en concession (plus de leads) et ses conversions en ventes.

SEAT a atteint en 2018 la première croissance du marché des marques automobiles généralistes en France, avec une augmentation de +26% de ses véhicules immatriculés. Dans un marché très compétitif, le digital est un levier stratégique pour SEAT France pour développer sa notoriété, se différencier et attirer de nouveaux prospects vers son réseau de distribution qui est au cœur de sa stratégie. En faisant appel à Advalo, SEAT souhaitait à la fois accélérer les parcours d'achat de ses prospects et exploiter plus efficacement les datas existantes de son site internet et de sa base clients.

*« Solution à la fois pointue, agile, puissante et accessible, nous avons trouvé avec l'outil Advalo Pulse un excellent compromis pour accompagner notre client SEAT dans ses problématiques de data marketing. De plus, nous avons construit entre les équipes Advalo et C14torce une belle relation de proximité, qui nous permet de déployer à bon train et améliorer en continu les cas d'utilisation de la donnée, pensés avec SEAT France. »* précise **Julien Richard, Directeur Associé Digital chez DDB Paris.**

#### **Conquérir de nouveaux prospects identiques à ses clients**

Dans un marché très concurrentiel, SEAT s'adresse en conquête à des personnes à fort potentiel qui peuvent être intéressées par sa marque et ses produits. Pour les identifier, plutôt qu'une prospection aléatoire sur des cibles théoriques, l'intelligence artificielle de la plateforme Advalo permet de réaliser un profil idéal de prospect grâce à la donnée du site web, en détectant les caractéristiques communes à tous les individus étant intéressés par un modèle ou ayant récemment acquis un modèle de véhicule. SEAT cible alors en priorité ces profils à fort potentiel pour ses investissements média digital, pour toucher des profils identiques aux personnes déjà intéressées par la marque. Cette stratégie de notoriété et d'acquisition a permis au constructeur de **baisser ses coûts au lead et d'augmenter les leads fournis à son réseau de distribution.**

#### **Fidéliser les clients actuels et augmenter le trafic dans son réseau**

Dans un premier temps, Advalo a permis à SEAT d'analyser ses propres données omnicanales, afin de mieux comprendre ses clients, et ainsi pouvoir leur adresser des communications adaptées sur tout le

parcours d'achat. L'objectif de SEAT était d'améliorer la pertinence de ses prises de parole et la conversion du parcours d'achat.

Grâce à l'intelligence artificielle mise à disposition par Advalo, les équipes SEAT et C14torce détectent automatiquement et en temps réel les personnes avec un potentiel d'intention d'achat ainsi que le modèle précis qui les intéresse. Puis SEAT peut les convier par exemple à bénéficier d'offres exclusives et personnalisées sur son site de Ventes Privées (voir site : <https://offres.seat.fr/register/?vente=ventes-privées>), ou encore envoyer des emails personnalisés, adressés en temps réel avec une offre unique sur un véhicule en stock et ainsi favoriser leur venue dans le réseau de distribution SEAT partout en France.

Dans un contexte où le temps du parcours d'achat se raccourcit et où de moins en moins d'acheteurs se rendent dans un réseau pour acheter, le constructeur souhaitait accélérer la conversion et augmenter le trafic en adressant le bon message, à la bonne personne et au bon moment. Une promesse rendue possible par une analyse des données des personnes engagées avec la marque, de plus en plus précise au fil du temps et avec le perfectionnement des algorithmes.

**En 2018, le partenariat avec Advalo a permis à SEAT d'accroître de plus de 25% la génération de leads sur les activations des Ventes Privées SEAT.**

*« Dans un secteur presque exclusivement concentré sur le physique, nous souhaitons mettre en place une stratégie digitale pour utiliser les données dont nous disposons, au service de nos clients, de notre réseau de distribution pour soutenir la croissance de la marque. Les premiers mois de collaboration avec Advalo sont très prometteurs : les équipes sont pédagogiques et orientées business, ce qui nous permet de voir très vite les premiers résultats ! Toutes ces actions nous permettent de préparer le futur, où la donnée sera au cœur de notre stratégie. »* conclut **Brice Renvoizé, Digital & Expérience Manager chez SEAT France.**

### **A propos de SEAT**

SEAT est la seule entreprise qui conçoit, développe, fabrique et commercialise des voitures en Espagne. Membre du Groupe Volkswagen, la multinationale dont le siège est situé à Martorell (Barcelone), exporte 80% de ses véhicules, et est présente dans 80 pays sur les cinq continents. En 2018, SEAT a vendu 517 600 voitures, le chiffre le plus élevé au cours des 68 ans d'histoire de la marque, obtenu un bénéfice net de 294 millions d'euros et un chiffre d'affaires proche de 10 milliards d'euros.

Le groupe SEAT emploie plus de 15 000 professionnels et dispose de trois centres de production - Barcelone, El Prat de Llobregat et Martorell, où sont fabriquées les très populaires Ibiza, Arona et Leon. En outre, l'entreprise produit l'Ateca en République tchèque, la Tarraco en Allemagne, l'Alhambra au Portugal et la Mii en Slovaquie.

La multinationale dispose d'un Centre Technique, qui fonctionne comme un centre de connaissances qui rassemble 1 000 ingénieurs qui développent les innovations pour le plus grand investisseur industriel en R&D d'Espagne. SEAT dispose déjà des dernières technologies en matière de connectivité dans sa gamme de véhicules, et est actuellement engagée dans un processus de numérisation globale de l'entreprise pour promouvoir la mobilité du futur.

### **A propos de C14TORCE et DDB**

C14TORCE est une agence intégrée au groupe DDB et dédiée au compte automobile SEAT. L'agence a notamment en charge la stratégie publicitaire et créative de la marque, qu'elle déploie à l'échelle internationale dans plus de 80 pays via le réseau DDB. Au-delà du volet communication, les équipes C14TORCE France accompagnent spécifiquement SEAT sur les sujets d'expérience digitale, d'acquisition clients et de data marketing.

**A propos d'ADVALO**

Advalo offre aux acteurs du retail et de l'automobile une plateforme intelligente capable de détecter les moments clés du parcours d'achat de chaque consommateur pour le guider depuis ses recherches en ligne jusqu'à ses achats en magasin. Facile et rapide à mettre en œuvre, la plateforme de marketing individualisé Advalo permet à une enseigne de générer du trafic qualifié en magasin en développant avec chaque client une relation durable et cohérente, loin du marketing de masse polluant et intrusif.

Implantée à Paris et à Rennes, Advalo accompagne plus de 40 enseignes de la distribution spécialisée comme But, Cyrillus, Gémo, Eram, Bocage, Cache-Cache, Devred, Degrenne et des marques et distributeurs automobiles comme Seat, Skoda, Jean Rouyer Automobiles. Pour la seconde année consécutive, Advalo bénéficie du Pass French Tech qui distingue les entreprises innovantes en hyper croissance. [www.advalo.com](http://www.advalo.com).