

Rueil Malmaison, le 14 septembre 2017

CITROËN PROPOSE À SES CLIENTS D'ESSAYER LEUR FUTURE VOITURE CHEZ DES PARTICULIERS DÉJÀ CONQUIS !

A l'heure où le partage d'expérience entre clients se généralise, Citroën franchit une nouvelle étape : après [Citroën Advisor](#), la Marque propose à ses clients prospects d'essayer leur future Citroën chez un particulier déjà client ! Baptisé 'Citroën Co-Expérience', ce service s'inscrit pleinement dans l'air du temps en offrant une expérience d'échange 'dans la vraie vie', sans filtre commercial. Valorisant la proximité et l'engagement communautaire, cette nouvelle approche du conseil réinvente le parcours d'achat automobile traditionnel. Une démarche originale, pleinement en ligne avec la signature 'inspired by you'* de Citroën !
⇒ 1 expérience à découvrir dès à présent sur la citadine électrique [C-ZERO](#) et le ludospace [Berlingo](#).



« *Les conseillers ne sont pas les payeurs* ». Ce vieil adage pourrait bien être remis en cause à l'heure où le partage d'expérience entre clients se généralise. Réseaux sociaux, sites d'avis en ligne, forums utilisateurs... La révolution digitale a fait du partage d'expérience entre particuliers une nouvelle référence comportementale pour tout acte d'achat, bouleversant ainsi le parcours client traditionnel. Une tendance de fond, symbole de besoins de proximité et d'un effet miroir rassurant entre utilisateurs, au-delà des arguments commerciaux des marques. Alors pourquoi limiter cette réalité à la sphère numérique ? Fidèle à sa signature 'inspired by you'* , Citroën choisit d'enrichir son expérience de marque avec un nouveau service d'essais entre particuliers : 'Citroën Co-Expérience'.

Le principe ? Mettre physiquement en relation un client prospect souhaitant acheter un modèle Citroën et un client déjà possesseur du modèle en question - l'ambassadeur - afin de réaliser un essai de son véhicule.

L'intérêt ? Pour le client prospect, c'est l'assurance d'un essai serein et transparent, sans aspect commercial, qui lui permet de s'identifier directement à son interlocuteur. Une proximité propice à des échanges concrets sur les usages du véhicule, des conseils d'utilisation, etc. Pour le client qui accepte de faire essayer sa Citroën c'est, outre le fait d'être reconnu ambassadeur, l'opportunité d'être récompensé au fil des essais réalisés (bons d'achat, etc.).

A la clé : une solution gagnant-gagnant et une vraie valeur ajoutée pour les clients mais aussi pour Citroën qui, après [Citroën Advisor](#), enrichit ainsi son expérience de marque en matière d'engagement communautaire.



La Marque lance ce nouveau service d'essais entre particuliers sur sa citadine électrique [C-ZERO](#), partant du principe qu'il n'y a pas mieux qu'un client déjà utilisateur de C-ZERO pour parler des usages d'un véhicule électrique, conseiller et lever les appréhensions liées à cette motorisation.

Citroën a par ailleurs recruté des clients ambassadeurs [Berlingo](#), une communauté elle aussi très enthousiaste pour expliquer tous les avantages du ludospace de la Marque au quotidien.

Complémentaire de l'essai traditionnel en point de vente, ce service a vocation à évoluer et à s'étendre à d'autres modèles de la gamme, en particulier aux prochains lancements de la Marque, afin que les clients 'early adopters'** puissent eux aussi devenir ambassadeurs des nouveaux modèles !

Dévoilé lors du 5^{ème} [Campus Citroën](#) de l'expérience client qui se tenait en mai dernier à Paris, ce nouveau service s'appuie sur [Demooz](#), start-up française dont la plateforme web permet de mettre en relation de futurs acheteurs d'un produit avec des utilisateurs actuels afin de leur faire bénéficier de leur retour d'expérience et d'un test du produit en conditions réelles d'utilisation.

'Citroën Co-Expérience' est né au sein du [Business Lab PSA](#) qui a pour mission d'expérimenter et transformer de nouveaux usages automobiles en collaborant notamment avec des startups.

*'inspired by you' : inspiré par vous

**'early adopters' : 'acheteurs pionniers' au lancement d'un produit

POUR EN SAVOIR PLUS

Pour découvrir le service d'essais entre particuliers Citroën Co-Expérience :

- sur C-ZERO : <http://bit.ly/2gFyeqY>
- sur Berlingo : <http://bit.ly/2gLgT3C>

La Marque Citroën

Marque automobile internationale au cœur de l'offre généraliste, Citroën cultive audace et créativité depuis 1919. Différentes par leur design, génératrices de bien-être par leur confort et leurs technologies, les Citroën font souffler un vent de fraîcheur dans le paysage automobile, à l'image de la Nouvelle C3 ou du Nouveau SUV Compact C3 Aircross. Véritable 'people minded brand' inscrite dans l'air du temps, Citroën se distingue aussi au travers d'une expérience client unique, notamment avec son site d'avis en ligne Citroën Advisor ou encore ses solutions de mobilité (Citroën Rent&Smile, Earn&Drive). Citroën, c'est 10 000 points de vente et après-vente dans près de 80 pays et plus d'1,1 million de véhicules vendus en 2016. C'est aussi 8 titres de champion du monde des constructeurs en WRC et, en 2016, un 3^{ème} titre consécutif de champion du monde des constructeurs en WTCC.