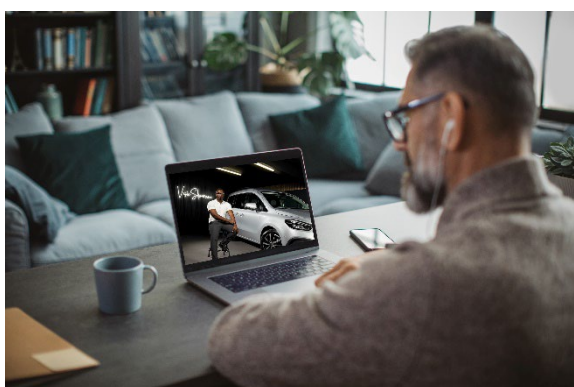




Mercedes-Benz

Communiqué de presse
26 mars 2024

VisioShowroom : la Classe T passe au phygital !



En France, Mercedes-Benz Vans vient de lancer un dispositif de consultation online pour faire découvrir son dernier ludospace, la Classe T.

Inutile de se déplacer ! Grâce à VisioShowroom, on peut désormais découvrir la Classe T de chez soi en échangeant avec un conseiller à distance, qui présente le véhicule en visio. La prise de rendez-vous en ligne s'est en effet généralisée depuis quelques années, dans le domaine médical en particulier. Il était normal qu'elle s'étende au domaine automobile. Quoi de plus agréable, en effet, que de se faire conseiller, depuis chez soi et à l'heure de son choix, pour découvrir la Classe T ? C'est tout le propos du VisioShowroom. Un concept novateur mis en place la marque en France pour faire découvrir ce ludospace premium distribué dans le réseau Mercedes-Benz Utilitaires.

Convivial, sur-mesure et en direct

Le principe est simple : il suffit de se rendre sur le site <https://mb-visioshowroom.fr/> (accessible depuis les pages dédiées à la [Classe T](#)) et de réserver un créneau de 30 minutes. Formé par l'équipe produit Mercedes-Benz et filmé dans un studio en proche banlieue parisienne, le conseiller présente en direct le véhicule. Il est à même de répondre à toutes les questions spécifiques. Chaque visio est filmée et diffusée en live. Le cadreur-réalisateur peut, à la demande du prospect, zoomer sur des endroits précis. Mais aussi diffuser des vidéos détaillant certains équipements (ex : monter des vélos dans le coffre, manipuler les barres de toit etc.) en mode *picture in picture*. En fin de session, le prospect peut obtenir une configuration d'une version précise. Sur son accord, sa demande sera transmise au distributeur de son choix où il pourra, le cas échéant, essayer une Classe T. C'est également avec un vendeur Mercedes-Benz que se dérouleront la négociation et la transaction finale.

Générer des leads hyper qualifiés

« Nous avons voulu 'rapprocher la Classe T' de nos clients et prospects sous la forme d'un dialogue digital sur-mesure », explique Stéphane Renault, directeur Marketing Vans de Mercedes-Benz France. Lequel précise : « Ce dispositif phygital novateur de génération de leads de très grande qualité est déployé pour la première fois par la marque en Europe . Il va nous permettre d'étendre la notoriété de la Classe T. Peut-être, à l'avenir, sera-t-il utilisé pour d'autres produits Vans pour lesquels les prospects ou clients ont peu de temps, sont trop éloignés d'un distributeur, voire manquent d'informations ».

Vidéo de présentation : <https://youtu.be/gXHr6l92ggA>