



COMMUNIQUE DE PRESSE

CITROËN REINVENTE L'EXPERIENCE CLIENT EN LIGNE AVEC È-C3

- A l'occasion de l'ouverture des commandes de è-C3 dans la majorité des marchés européens, Citroën inaugure une nouvelle expérience client sur son site internet.
- Visant à simplifier le parcours client, l'architecture du site a été repensée pour tout concentrer sur une unique page au lieu de quatre, donnant accès à tous les éléments concernant è-C3.
- De la recherche d'information à l'achat, le client peut désormais trouver tout ce qu'il recherche sans naviguer d'une page à l'autre ou faire défiler des pages sans fin. Le temps passé pour choisir sa voiture a pratiquement été réduit de 50%.
- Cette démarche, d'ores et déjà visible sur la page è-C3 du site www.citroen.fr s'accompagne d'une simplification de la gamme et sera déployée progressivement sur l'ensemble des modèles.

Poissy, le 01 février – En plus de proposer des produits confortables et sources de sérénité, l'ambition de Citroën est de simplifier l'expérience automobile sous tous ses aspects, de la recherche d'information à l'entretien de sa voiture en passant par les services connectés. C'est dans cette démarche que Citroën profite du lancement de è-C3, qui symbolise l'accès facilité à la mobilité électrique, pour réinventer intégralement l'expérience client sur son site internet en rassemblant tous les éléments concernant ce modèle sur une unique page synthétique, graphique et ergonomique.

Cette évolution qui s'applique sur les smartphones, tablettes et ordinateurs, concerne dans un premier temps è-C3 dont les commandes ouvrent aujourd'hui dans la plupart des marchés européens, et sera progressivement déployée sur les autres modèles. Pensé pour plus de facilité et de convivialité, ce nouveau portail propose une plateforme intuitive permettant aux utilisateurs de se renseigner et d'acheter leur voiture Citroën de manière plus simple et plus efficace en 3 clics seulement.

Cette nouvelle architecture a pour but d'apporter plus simplicité en rendant toutes les informations immédiatement accessibles et en les affichant avec plus de clarté et de transparence.

UN ESPACE UNIQUE

Un espace unique qui rassemble de manière synthétique toutes les informations liées au modèle : Désormais sur une seule et unique page, l'utilisateur trouvera tout ce dont il a besoin : une galerie pour découvrir le produit, des informations sur la montée en gamme et les différents équipements, et définir le véhicule qui correspond au plus proche de ses envies avec le tarif associé et les offres en vigueur à date. En rendant l'ensemble des informations facilement accessibles et claires, cette nouvelle architecture permet de renforcer la transparence et la confiance entre la Marque et le client.

Choisir le modèle qui correspond à son envie devient plus simple, en 3 clics seulement. Toujours dans un souci de simplification, le configurateur traditionnel et ennuyeux est supprimé. Aujourd'hui le client choisit simultanément ce qu'il veut et ce qu'il ne veut pas en cochant simplement ou non des cases sur une seule page, sans ouvrir d'onglet spécifique. Il a directement accès à tous les équipements et caractéristiques. Il construit ainsi directement le modèle à son image et en connaît directement l'impact sur le budget ainsi que les offres promotionnelles associées. Là où il fallait au minimum 5 clics pour choisir sa voiture, il n'en faut plus que 3. Sur le panel des personnes ayant testé le site, le temps passé pour choisir sa voiture a été diminué de près de 50%. Le taux d'abandon en cours de configuration est passé de 45% à 31%.

UN DESIGN SIMPLE POUR GAGNER DU TEMPS

Un design de la **page simple et épuré**, mettant en avant les visuels et les différentes options possibles afin de renforcer encore la clarté de l'information et éviter toute surcharge mentale.

L'utilisateur gagne du temps en n'ayant pas à chercher ce dont il a besoin en plusieurs endroit, à chercher là où il doit cliquer, à attendre que des pages se chargent.

La nouvelle interface du site a été repensée pour offrir **une navigation fluide et intuitive**. Les utilisateurs peuvent facilement découvrir le modèle, ses caractéristiques et les options disponibles, facilitant ainsi leur processus de prise de décision. Tout est pensé pour éviter de chercher les boutons d'actions et de faire dérouler des menus/pages sans fin. Par exemple pour choisir un véhicule, les différences entre les versions sont clairement expliquées, et il est facile de les comparer en les faisant défiler horizontalement. Il est également très simple de sélectionner la version souhaitée, ainsi que le moteur et la couleur, puis de passer à la page de récapitulation avant de procéder à l'achat.

Pour les personnes ayant testé le site, ils sont 80% à apprécier la « facilité d'usage » du nouveau site, contre 30% précédemment.

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 cœur 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. 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>

for
everyone,
like no one