

2017 : Bosch explique l'Internet des objets

Les utilisateurs de produits et services connectés au centre du hub thématique « Connected World »

Janvier 2017

RB 16.129 HFL/IL

PI 9528

- ▶ Une plateforme produits : Bosch présente des produits vedettes issus de tous les secteurs de l'Internet des objets
- ▶ Une plateforme pour précurseurs : bientôt, les experts pourront partager leurs idées dans le monde connecté
- ▶ Marketing de contenu : du concept aux produits IoT en quelques clics
- ▶ Lien vers le site Internet : <https://iot.bosch.com/>

Fermer la porte et partir – voilà tout ce que vous avez à faire. Votre maison intelligente s'occupe du reste : baisser le chauffage pour réduire votre consommation, mettre le système d'alarme en route. Comme l'illustre cet exemple, des milliards d'objets communiquent d'ores et déjà entre eux, échangent des informations et agissent en toute autonomie. Et ce n'est pas tout : les appareils et le matériel technique sont également interconnectés via le Cloud. L'Internet des objets (Internet of Things ou IoT) constitue la grande tendance du futur. Le Groupe Bosch a placé l'interconnexion au cœur de sa stratégie d'entreprise, qui à ce titre constitue également un élément essentiel de sa communication institutionnelle.

En amont du Consumer Electronics Show (CES), le salon professionnel de l'interconnexion qui se tient à Las Vegas, Bosch vient de lancer son hub thématique. Baptisé « Connected World », il regroupe tous les contenus propres à l'entreprise en lien avec l'IoT au sein d'un même espace numérique. « La plateforme 'Connected World' créée par Bosch constitue un hub thématique attractif autour de l'Internet des objets. Nous expliquons, divertissons et offrons un accès libre à l'ensemble du catalogue de produits Bosch », a déclaré Christoph Zemelka, qui dirige la Communication Institutionnelle du Groupe Bosch.

Discuter des avantages et des enjeux liés aux nouvelles technologies

La nouvelle plateforme Internet s'adresse aux leaders d'opinion, aux professionnels des médias, aux influenceurs et aux clients finaux intéressés. « Chez Bosch, nous souhaitons non seulement ouvrir la voie vers un monde connecté en proposant des solutions techniques, mais aussi accompagner cette transition au travers de la communication », explique Christoph Zemelka. « Nous devons mettre davantage l'accent sur les avantages des solutions IoT, et discuter ouvertement des enjeux de ces nouvelles technologies, tout en démontrant leur potentiel ». En conséquence, « Connected World » deviendra au cours des prochains mois un point de contact central sur le réseau pour l'Internet des objets. La plateforme continuera ainsi à croître, et présentera toute l'étendue et la richesse de la gamme de produits et de services Bosch. Parallèlement, experts comme précurseurs seront invités à partager leur vision de la plateforme « Connected World ». De plus, la plateforme regroupera des discussions et articles sur les réseaux sociaux tels que Facebook et Twitter.

Renforcer les liens entre communication et IoT

La conception de la plateforme « Connected World » a mis tout particulièrement l'accent sur la stratégie marketing de contenu. Une approche narrative permet d'intéresser les utilisateurs à l'univers IoT de Bosch, tout en présentant la large gamme de produits et services de l'entreprise. « Nous proposons pour la première fois à un emplacement central une vue d'ensemble de la gamme IoT de Bosch. Ainsi, nous soulignons l'expertise de l'entreprise en matière d'interconnexion, qu'il s'agisse de bâtiments, de mobilité, d'industrie ou encore de systèmes énergétiques », explique Florian Flaig, coresponsable du projet de communication relations publiques et médias.

Le marketing de contenu permettra en outre de créer un lien direct avec le produit. Enfin, les clients et les influenceurs auront la possibilité de contacter Bosch directement. « Avec cette nouvelle plateforme, Bosch renforce les liens entre communication et IoT » précise Katharina Sorg, qui est en charge du projet pour le service Communications Numériques. Pour ce faire, l'entreprise a connecté l'ensemble de son catalogue de produits au hub thématique « Connected World ». Les visiteurs et les clients potentiels peuvent ainsi accéder en quelques clics à tout ce qui a trait à l'IoT, de son concept à tous les produits et services disponibles. Avec « Connected World », Bosch resserre les liens entre communication et conversion, et montre comment la transformation numérique des communications favorise le succès d'une entreprise.

Photos de presse : #940075, 455948

ette

peter.fr

Le Groupe Bosch est présent en France depuis 1899 et a ouvert à Paris en 1905 son premier site de production à l'étranger. Avec 24 sites en France, dont 10 ont une activité Recherche & Développement, toutes les activités du Groupe sont aujourd'hui représentées dans l'Hexagone. En 2015, avec un effectif d'environ 7 800 personnes, Bosch France a réalisé un volume d'affaires de 2,996 milliards d'euros sur le territoire national.

Le Groupe Bosch est un important fournisseur mondial de technologies et de services. Avec un effectif d'environ 375 000 collaborateurs dans le monde (au 31/12/2015), le Groupe Bosch a réalisé en 2015 un chiffre d'affaires de 70,6 milliards d'euros. Ses activités sont réparties en quatre domaines : Solutions pour la mobilité, Techniques industrielles, Biens de consommation et Techniques pour les énergies et les bâtiments. Le Groupe Bosch comprend la société Robert Bosch GmbH ainsi qu'environ 440 filiales et sociétés régionales réparties dans près de 60 pays. En incluant les partenaires commerciaux, le Groupe Bosch est alors présent dans près de 150 pays. Bosch emploie 55 800 collaborateurs en recherche et développement repartis dans près de 118 sites à travers le monde. Ce réseau international de développement, de fabrication et de distribution constitue l'élément clé de la poursuite de la croissance du Groupe. Son objectif stratégique s'articule autour des solutions pour la vie interconnectée. Avec ses produits et services à la fois innovants et enthousiasmants, le Groupe Bosch entend améliorer la qualité de la vie en proposant dans le monde entier des « Technologies pour la vie ».

L'entreprise a été créée par Robert Bosch (1861-1942) en 1886 à Stuttgart sous la dénomination « Werkstätte für Feinmechanik und Elektrotechnik » (Ateliers de mécanique de précision et d'électrotechnique). La structure particulière de la propriété de la société Robert Bosch GmbH garantit la liberté d'entreprise du Groupe Bosch. Grâce à cette structure, la société est en mesure de planifier à long terme et de réaliser d'importants investissements initiaux pour garantir son avenir. Les parts de capital de Robert Bosch GmbH sont détenues à 92 % par la fondation d'utilité publique Robert Bosch Stiftung GmbH. Les droits de vote liés à ce capital social sont confiés majoritairement à la société en commandite Robert Bosch Industrietreuhand KG, qui exerce la fonction d'associé actif. Les autres parts sont détenues par la famille Bosch et par la société Robert Bosch GmbH.

Pour de plus amples renseignements, veuillez consulter les sites <http://www.bosch.fr>, www.bosch-presse.de - www.twitter.com/boschfrance