

## L'INNOVATION CRM AU SERVICE DE LA DISTRIBUTION DE VÉHICULES

Nouvelle réglementation européenne, changement des contrats de distribution, électrification du parc, digitalisation des processus... les 10 prochaines années vont être décisives pour les acteurs de la distribution automobile : un changement structurel profond, à la base de la mise en place de nouvelles stratégies.

**P**renons du recul ! D'un point de vue macroscopique, l'intervalle entre 2000 et 2020 a été marqué par le développement de l'internet, qui a conditionné la digitalisation des contacts, de la relation clients ; bien ! Pour autant,

le modèle de distribution, lui, n'a pas changé... jusqu'à aujourd'hui ! car c'est un fait, une nouvelle variable est à prendre en compte : le verdissement de la société.

Au-delà des mutations commerciales et relationnelles, c'est donc



Christophe Lahitte



l'approche industrielle qui pose question : « fin programmée des véhicules thermiques, changement des contrats de distribution, changement de valeur plus sur le service et moins sur le prix du véhicule... ce nouveau postulat induit le développement de nouvelles richesses et de nouvelles stratégies pour le secteur de la distribution automobile. Ici, ce sont la data et la connaissance

qui serviront de socle à cette grande mutation... à condition de pouvoir les articuler de la bonne manière, bien entendu » explique Christophe Lahitte, fondateur de la société Select'up.

Éditeur d'applications CRM, la société mise ainsi sur son savoir-faire éprouvé pour accompagner de la meilleure des manières ce grand changement.

## Chiffres clés

- 8 millions d'euros de chiffres d'affaire consolidé
- 25 ans d'existence
- 60 collaborateurs à Bordeaux
- + de 750 points de vente équipés
- + de 3500 utilisateurs en France
- 40% des 100 premiers groupes automobiles français ont choisi Select'up
- 5 homologations officielles par des constructeurs (Nissan, Ford, Opel, Honda, Kia)



## eData Voice

intervention (révision, changement de pneu, contrôle technique, entretien climatisation, etc.).

« Par l'analyse des données et sans aucune recodification, nous sommes capables de définir l'appétence d'un client, aussi bien pour l'acquisition d'un véhicule que pour les interventions au niveau de l'atelier. Pour mêler l'utile à l'agréable, la connaissance client est aussi utilisable à travers une fonction « voice », directement par la voix depuis n'importe quel smartphone ou tablette. Chaque utilisateur aura la possibilité de consulter une fiche client avec toute l'information utile qui concerne son métier, sa fonction. À travers cette dernière proposition, notre objectif global est de mettre à disposition du groupe de distribution, une plateforme innovante qui permet en temps réel d'agréger les données, de les structurer via différents référentiels, mais aussi de dédoubler et dédupliquer automatiquement chaque fiche client » conclut finalement le Président.

## Référentiel Client unique

Fondée en 2000, l'ambition première de la société était d'accompagner la distribution automobile dans la digitalisation de sa relation clients. Dédiée aussi bien aux distributeurs qu'aux constructeurs, Select'up est devenue en quelques années le leader de son marché, avec plus de 3500 utilisateurs de ses solutions en concession.

À travers une approche visionnaire source d'offres novatrices, la société a ainsi su développer tout au long de son existence des solutions avant-gardistes :

« en 2000, nous lançons notre CRM, une solution full-web à l'attention des vendeurs et managers en concessions, en vue de professionnaliser la relation clients et mieux piloter le business. En 2015, nous lançons notre application de « Lead management », dédiée aux distributeurs et à leurs centres de contacts. Forts de ces deux solutions, nous souhaitons maintenant amener à la profession une vision unique de ses données Client. Le but ? permettre aux dirigeants de connaître leur clientèle et de structurer leur approche Marketing par la Data.

C'est dans cette logique que nous avons mis au point notre Référentiel Unique de Données métier, eData Voice » continue Monsieur Lahitte.

Totalement dédié à la distribution automobile, eData Voice prend donc la forme d'un référentiel unique et spécifique à chaque concessionnaire qui lui donne les moyens de mieux connaître ses clients. Par exemple : quels sont précisément mes clients actifs, mes nouveaux clients ou mes clients perdus sur les 12 derniers mois, mon potentiel atelier sur 11 thèmes précis pour une