

Lancement en France :

Alors qu'il connaît un succès certain à l'échelle européenne, le logiciel CRM d'intelligence artificielle EASI'R, destiné à offrir de meilleurs pronostics quant à l'achat d'une voiture, est dès à présent disponible en France

- **Plus de 2 600 concessionnaires à travers l'Europe ont commencé à utiliser EASI'R en 2016.**
- **TOYOTA Allemagne et eBay Motors Danemark figurent parmi les clients d'EASI'R.**
- **Un algorithme intelligent permet de prédire à quel moment un client souhaite faire l'acquisition d'un véhicule.**
- **EASI'R aide les constructeurs autos, les importateurs autos et les groupes de concessionnaires à combler les lacunes entre les mondes en ligne et hors ligne dans la gestion des leads et de la relation client et à adapter la procédure de numérisation.**

Chemnitz/Aarhus 11 janvier 2017 – Alors qu'elle connaît un succès certain à l'échelle européenne, EASI'R - solution Cloud CRM et Lead Management basée sur l'intelligence artificielle - est dès à présent disponible sur le marché français. Grâce à un algorithme d'apprentissage intelligent, EASI'R est capable de prédire le comportement d'achat individuel de chaque client, par exemple à quel moment les clients souhaitent faire l'acquisition d'une nouvelle voiture – et ce, avant même que les clients eux-mêmes aient l'intention d'acheter. En outre, l'intelligence artificielle propose aux vendeurs de voitures qui le souhaitent, les suggestions de contenu les plus adaptées et les meilleurs moments pour la prise de contact individuellement avec chaque client tout au long du processus de vente, ce qui maximise de façon considérable les opportunités de vente.

Depuis son lancement sur le marché début 2016, EASI'R, le dernier produit en date de la société germano-danoise spécialisée dans les solutions informatiques d'amélioration des ventes pour la distribution automobile, Loyalty Factory, est d'ores et déjà utilisé par plus de 2 600 concessionnaires dans toute l'Europe, dont le réseau TOYOTA en Allemagne, les professionnels autos de la plateforme eBay Motors au Danemark ainsi que les concessionnaires de la plateforme en ligne de vente de véhicules d'occasion certifiés (VOC) constructeur en Autriche. En raison de la forte demande en France et des besoins exprimés par son industrie de distribution automobile à la recherche d'une solution moderne de numérisation de la gestion des leads et de la relation client, EASI'R est dès à présent disponible sur le marché français avec un canal de distribution pour la France.

EASI'R a été spécialement conçu pour combler les lacunes entre les mondes en ligne et hors ligne, laissées par une numérisation progressive. À l'heure actuelle, la plupart des clients effectuent les recherches en vue de leur achat en ligne et ne se rendent que bien plus tard en concession automobile. Mikael Moeslund, directeur général d'EASI'R : « EASI'R a été spécialement développé pour combler ces lacunes et offrir aux clients un suivi optimal dès la phase de recherche en ligne. Cela est notamment possible en centralisant la gestion des leads en ligne et hors ligne dans EASI'R afin de les mettre à disposition aux vendeurs pour un traitement approprié pour chaque type de lead. »

Outre l'algorithme, de nombreuses autres fonctionnalités d'EASI'R permettent un suivi numérique efficace des clients, dont des modèles de communication pré-établis pour fournir des informations complémentaires, upgrade et vente croisée pour une relation client pertinente

en un seul clic, une intégration simplifiée des différentes sources de leads (infomedia) pour un traitement des leads optimisé et consistant ainsi que des applications pour mobile et montre intelligente pour permettre aux vendeurs d'agir rapidement et en temps réel.

EASI'R en pratique : l'exemple de TOYOTA Allemagne

En octobre 2016, TOYOTA Allemagne a opté de manière ciblée pour la mise en place d'EASI'R dans son réseau national de concessionnaires, afin de mieux répondre aux nouvelles attentes de ses clients du fait de la numérisation. Les temps de réaction et le professionnalisme des contacts avec le client doivent être renforcés. Sevilay Gökkaya, Directeur général Marketing chez TOYOTA, déclare : « Les études montrent qu'environ 60 % des intéressés attendent une réaction de la part du concessionnaire le jour même, 30 % sont satisfaits avec une réponse donnée le lendemain. S'y ajoutent des délais de décision courts. 80 % des personnes intéressées prennent la décision d'achat dans les huit semaines au maximum, dont beaucoup dans un délai plus court. Cela démontre l'importance d'un suivi professionnel et systématique pendant la phase d'achat. »

TOYOTA Allemagne utilise au quotidien les nombreuses fonctionnalités offertes par EASI'R, dont l'algorithme intelligent, au sein de son réseau de concessionnaires. La relation client fourni correspond ainsi plus précisément aux attentes de chaque client et les opportunités de vente sont maximisées. L'intelligence artificielle est capable de prédire le comportement d'achat individuel, comme par exemple à quel moment les clients souhaitent faire l'acquisition d'une nouvelle voiture – et ce, avant même que les clients eux-mêmes aient l'intention d'acheter. Par ailleurs, l'algorithme annonce aux vendeurs de voitures qui le souhaitent, les étapes de suivi à venir les plus prometteuses ainsi que le moment idéal et le meilleur moyen de communication (SMS, téléphone fixe ou mobile, ou e-mail) pour la prise de contact individuelle. De fait, le client décide de la manière par laquelle il souhaite être contacté. Important : L'algorithme exploite les données des clients de façon anonyme et analyse des points de données régionaux et spécifiques au marché dans le but d'établir un modèle analytique permettant à EASI'R d'émettre des prévisions précises pour chaque lead à traiter par le vendeur. Les pronostics sont disponibles en exclusivité et sont spécialement adaptés pour chaque réseau ou groupe de concessionnaires utilisant EASI'R à des fins d'optimisation de leur relation client et d'augmentation des chiffres de vente.

Des temps de réaction raccourcis chez TOYOTA Allemagne

EASI'R possède différentes fonctions de Lead Management permettant de raccourcir les temps de réaction. Grâce à EASI'R, les vendeurs peuvent gérer efficacement dans une seule interface moderne l'ensemble des leads des différentes sources disponibles (par ex. demandes d'essai ou d'information via les sites Internet du concessionnaire ou de prestataires tiers comme les plateformes en ligne, contacts établis sur les salons et lors d'événements, ou encore demandes dans les concessions), ainsi que de consulter les informations des clients et l'avancement de chaque affaire par rapport au processus prédéfini en quelques clics seulement. Par ailleurs, tous les types de leads, de la demande d'un essai sur route de véhicule, en passant par la commande d'une brochure au format électronique, jusqu'à la demande d'une offre et la confirmation d'achat, sont directement intégrés et gérés dans le logiciel EASI'R.

Pour garantir une réponse rapide aux demandes des clients, EASI'R offre des fonctions de rappel des actions en attente disponibles pour l'ensemble de l'équipe commerciale. De plus,

EASIR permet aux vendeurs de gagner du temps au niveau de la correspondance avec leurs clients : en effet, le système possède des modèles de communication pré-établis, partiellement automatisés, avec des propositions de texte et des mises en page professionnelles pour chaque étape clé du parcours client et dans son intégralité. La rédaction de courriels et de bulletins d'informations à des fins marketing s'effectue également en quelques clics, l'ajout d'une touche personnalisée restant possible à tout moment.

Davantage de flexibilité dans le Lead Management grâce aux solutions mobiles

Pour offrir aux vendeurs une flexibilité maximale, EASIR possède une application pour smartphones, tablettes et montres connectées. Avec l'application, les vendeurs peuvent traiter les leads à tout moment et de n'importe où, indépendamment du PC de bureau. L'application EASIR informe en temps réel le vendeur qui reçoit une demande de la part d'un client, par ex. pour convenir de la date d'un essai routier.

Optimisation de la qualité des leads

Outre l'augmentation de la flexibilité et de la vitesse de traitement des leads, TOYOTA souhaite utiliser EASIR pour optimiser leur qualité. EASIR permet de centraliser les leads des différentes sources disponibles, et d'analyser avec précision leur qualité. Des réponses doivent ainsi être apportées à la demande pressante émanant du secteur commercial de bénéficier du soutien nécessaire lors de la sélection de leads de qualité, d'être capable d'identifier les circonstances ayant mené au refus et au succès, et ce, pour arriver à une approche du client plus efficace et sur mesure.

Reproduction gratuite, justificatif souhaité. Téléchargement des images de presse au format imprimable sous : www.easir.com/company/press

Contact presse EASIR :

Mareike Roder

Tél. : + 33 (0)6 4468 2040

mr@easir.com

A propos d'EASIR

EASIR est le dernier produit développé par la société Loyalty Factory GmbH. La société a été fondée en 2002 à Chemnitz en Allemagne. En 2010, une succursale fut créée à Aarhus, la deuxième plus grande ville du Danemark, et devint entre temps le centre de développement EASIR. La première génération primée de l'entreprise fut introduite sur le marché en 2006. La deuxième génération suivit en 2010 ; puis en 2015, une toute nouvelle génération avec la solution CRM inédite, basée sur un algorithme intelligent. Avec les versions antérieures de 2006 et de 2010, EASIR apporte d'ores et déjà une aide précieuse à plus de 2 600 concessionnaires automobiles et 16 000 utilisateurs à travers toute l'Europe, en vue d'accélérer le développement de la fonction relation client, de réaliser des ventes intelligentes et de faire évoluer automatiquement leurs affaires avec des systèmes de gestion de la relation client modernes et adaptés au monde en ligne. Plus d'informations sur EASIR à l'adresse www.easir.com.