



Renault s'appuie sur Wyz Group pour développer son offre pneumatique

Justine Pérou



Pierre-Michel Erard, directeur après-vente France de Renault et Pierre Guirard, président co-fondateur de Wyz Group. .

Galerie photo

Renault joue un peu plus la carte digitale. Il va ainsi renforcer, en 2017, son partenariat avec Wyz Group, expert du pneumatique en ligne.

La start-up et le constructeur ont annoncé, le 2 février 2017, le lancement d'**une mega plateforme digitale de redistribution** à l'attention des clients du réseau Renault. Ce portail de commandes de pneumatiques B to B **donnera ainsi accès aux stocks des distributeurs, manufacturiers et grossistes partenaires de Wyz.**

« Nous sommes ravis des nouvelles opportunités digitales qui s'offrent conjointement à nous et à nos clients respectifs » souligne Pierre Guirard, président co-fondateur de Wyz Group. Selon Pierre-Michel Erard, « le développement de notre nouveau portail pneumatique se développera sans compter sur leur expertise et leur agilité pour fournir à notre réseau un outil innovant »

Le binôme a donc opté pour **un outil 100 % digital qui privilégie la relation en ligne** et non plus le téléphone. L'objectif principal est de **diffuser non seulement en national mais surtout en local.**

Le pneu, deuxième entrée de l'atelier



Selon Pierre-Michel Erard, **le pneu est la deuxième entrée en atelier**, il était donc important pour lui de se positionner réellement sur ce produit. Le constructeur estime à 10% le nombre de ventes de pneus manqués dans son réseau. L'indisponibilité de la référence du produit étant la cause.

« Il y a énormément de marques et le stock est une véritable contrainte pour satisfaire nos clients. Désormais, nous serons capables de donner des informations précises sur la disponibilité des pneus et de quantifier un délai. Il s'agit de tenir des promesses ».

Plus de 60% des commandes de pneumatiques se font sur Internet.

Le Web To Store est donc un compromis entre la modernité et le traditionnel : *"une façon moderne de faire venir les clients dans les ateliers en leur proposant une offre par le digital"*, explique le co-fondateur de Wyz Group. Ce dernier revendique **un taux de service (respect de livraison) à 99%**. Aussi, **9 fois sur 10, les manufacturiers satisfont la demande**. Le constructeur entend rester numéro un de l'après-vente en France avec la commercialisation de plusieurs millions d'enveloppes par an.