



apres-vente-auto.com

Pays : France

Dynamisme : 7

[Visualiser l'article](#)

Pneumatiques : Renault s'adosse à WYZ Group pour augmenter sa qualité de service

Après une première phase où le constructeur a opté pour les solutions digitales de WYZ Group dans le cadre de l'approvisionnement de son réseau primaire, le partenariat s'étend désormais à la redistribution des pneumatiques pour l'ensemble de ses réseaux...



A gauche, Pierre-Michel Erard, directeur après-vente de Renault France; à droite Pierre Guirard, président et co-fondateur de WYZ Group

WYZ Group va bien ! Après une année 2016 durant laquelle de nombreux projets ont aboutis, l'entreprise spécialisée dans la fourniture de pneus et de solutions digitales B2B a réalisé un CA de 22 M€. Une progression spectaculaire pour cette entreprise née en 2009, grâce à des avancées dans chacun de ses trois domaines d'intervention. Et une internationalisation à marche forcée : le groupe présent en France, en Espagne et Belgique, vient tout juste d'annoncer son arrivée sur le marché Suédois où il est le partenaire du réseau Toyota pour l'approvisionnement complémentaire de ses distributeurs agréés. Et ce sera très prochainement au Portugal que WYZ entend s'implanter, avant de se lancer à l'assaut du premier marché européen, l'Allemagne...

Business model solide



apres-vente-auto.com

Pays : France

Dynamisme : 7

[Visualiser l'article](#)

A travers WYZ Réseaux tout d'abord, activité dédiée à l'approvisionnement en dépannage de réseaux et où 2016 a vu l'entreprise nouer de nouveaux partenariats avec le réseau Mazda France en mars, PSA en Belgique le même mois, puis Renault en juin.

A travers WYZ Entreprises, 2016 restera comme « *une année de transition* » selon les mots de Pierre Guirard, président de WYZ Group. « *2016 a vu s'affronter de grands opérateurs nationaux du pneumatique sur les prix, ajoute-t-il. Si nous n'avons pas souhaité entrer dans ce jeu-là, cette situation nous a poussés à une réflexion sur la nécessaire optimisation du poste pneumatique qui n'est pas neutre financièrement pour les entreprises.* » Aussi, WYZ Group annonce le lancement cette année d'une offre inédite pour cette cible de clientèle, 100% digitale et au positionnement prix plus agressif. Une offre « low cost » donc, « mais qui continuera de proposer les plus grandes marques des manufacturiers mondiaux », précise le président. Une offre complémentaire à celle, d'origine qui, de par son positionnement premium, avait certes pu convaincre de grands noms (Nestlé, Véolia, Sodexo...) ; et qui permet aujourd'hui à WYZ de gérer mais qui ne pouvait pas forcément toucher des entreprises de taille intermédiaire.

A travers WYZ Solutions, enfin, troisième et dernière activité du groupe, et qui voit son CA bondir année après année au point de représenter 15% du CA global de WYZ Group (contre 55% pour l'activité réseaux et 30% pour l'activité entreprise. 2016 aura été une année charnière pour cette activité, WYZ Group ayant développé la solution web-to-store pour le réseau de spécialistes Best Drive en Belgique.

Partenariat renforcé avec Renault

Evoqué plus haut le partenariat de WYZ Group initié avec Renault en juin dernier ne portait jusqu'ici que sur l'approvisionnement en dépannage de son réseau de premier niveau. Et les résultats ont visiblement été probants puisque les deux partenaires ont conjointement annoncé la semaine dernière que ce partenariat allait être renforcé. Non seulement l'accord va en effet intégrer les réseaux secondaires et tertiaires de Renault (réparateurs agréés et réparateurs Motrio) pour la redistribution des pneumatiques, mais WYZ group se voit confier le remodelage complet du portail B2B du constructeur baptisé Renault Wheel.

« *En tant que premier réseau d'entretien en France, nous consommons beaucoup de pneumatiques, explique Pierre-Michel Erard, directeur Après-Vente de Renault France. Or, nous avons pu constater que les ventes manquées pour cause d'indisponibilité sur la deuxième cause d'entrée en atelier atteignaient 10%...* » Pour augmenter la satisfaction client sur ce produit d'appel, le constructeur pourra ainsi s'appuyer sur les solutions digitales de WYZ Group lesquelles garantissent une visibilité immédiate des stocks. Dans le plus respect de la distribution : au premier niveau en local, chez le distributeur, puis chez le manufacturier et, enfin, auprès d'une 34 plateforme partenaire de WYZ Group en Europe.

Ou comment se donner les moyens de passer rapidement –au moins sur le pneumatique- d'un taux de disponibilité actuel de 86% (toutes familles de pièces de rechange confondues) à celui ambitionné par le directeur de l'après-vente de Renault France : 92%.