



CANAL DE VENTE

Renault veut améliorer ses ventes à pros

Pour en finir avec les 10 % de ventes manquées en pneumatiques dans son réseau primaire, qui écoule à lui seul 60 % du volume global, Renault recherchait « un prestataire spécialisé et réactif », résume Pierre-Michel Erard, le directeur après-vente. C'est chose faite via l'accord renforcé avec Wyz Group. Déjà référencée comme fournisseur officiel de complément depuis mai dernier pour les concessionnaires de la marque, la start-up française s'ouvre à présent à leurs agents et MRA, utilisateurs du

portail Renault Wheel. Il s'agit d'une plateforme de redistribution proposant des prix et de la disponibilité sur des pneus issus du stock du distributeur, des manufacturiers ou des grossistes référencés chez Wyz le cas échéant. Opération transparente pour le réparateur facturé uniquement par son concessionnaire référant. Pour Pierre-Michel Erard, la stratégie consiste à faire lever sur le business pneumatiques, traditionnelle clé d'entrée en atelier avec l'huile, et gonfler les ventes à pros. ●



« Tout ce que nous entreprenons n'a qu'un but : ramener le client dans le réseau », indique Pierre-Michel Erard (à droite), aux côtés de Pierre Guirard.