

WYZ Group s'insère dans l'écosystème digital de ses clients

Publié par  Muriel Blancheton

07/02/19 à 11:25 - Mise à jour le 07/02/19 à 11:33

Ça m'intéresse 1 Tok



Après dix années de croissance continue chez ses clients essentiellement constructeurs, WYZ est en mutation programmée. Depuis 2016 et le soutien de la BPI avec son programme Accélérateur de PME, **Pierre Guirard**, le fondateur, vise les 50 M€ de CA, passage obligé pour évoluer en ETI (Entreprise de Taille Intermédiaire) et prendre définitivement son envol international (15% de ses ventes actuellement). Son modèle économique reste axé sur le dépannage en pneumatiques des réseaux de distribution via des portails de vente dédiés :



Pierre Guirard, fondateur de WYZ Group.

l'entreprise annonce ainsi un CA de 35 M€ en 2018 (+30%), soit 450 000 pneumatiques en volume, et un bond de 25% d'utilisation de ses solutions digitales par ses clients. Avec Volkswagen Group France, son portefeuille s'est étoffé d'un 15e client constructeur pour 2019. Mais pour franchir la barre des 50 M€, le groupe place ses pions. Tout d'abord, le fondateur mise sur le renforcement des programmes déjà en place chez ses clients : Rpneus chez Renault est passé d'un taux d'utilisation de 30 à 75% et une équipe interne chez le constructeur dédiée au pneu visite les concessions. Effet boosteur garanti pour la plateforme développée par WYZ. Un outil de commande et de paiement en ligne a été développé pour Nissan (Le Club), destiné aux clients finaux. La solution Easy pour intégrer les stocks Michelin tourne à plein régime à destination des clients du Bibendum - centres autos, agents, MRA...- avec un taux de disponibilité de 98%. Michelin veut à présent étendre Easy au Benelux. « *Nous avons une forte activité de retail couplée avec des solutions personnalisées pour chaque client. Pour cela, nous comptons 10 développeurs dans nos rangs pour faire du sur-mesure* ». Ensuite, l'ancrage l'international passe par ses filiales (Suède, Espagne, Belgique et Allemagne). « *Il a fallu dix ans pour nous positionner en France. À l'export, nous passons par des accords avec nos clients qui sont internationaux, mais cela suggère du temps pour la mise en oeuvre.* »

Sur le même sujet

- [WYZ connecte les réseaux](#)

Vers une diversification des activités

Enfin, WYZ veut resserrer les liens avec ses clients en proposant d'autres prestations digitales. Une cellule R&D de trois personnes a été créée pour développer d'autres solutions digitales en après-vente basées sur la gestion des flux des données. « *Nous ne changeons pas de métier, mais nous naviguons depuis dix ans dans l'univers des constructeurs, des manufacturiers et des grands comptes. Nous avons la légitimité pour leur apporter de nouveaux services, de la valeur ajoutée via nos datas acquises au fil des années pour proposer du marketing prédictif par exemple. Tous cherchent de l'agilité. Nous allons mettre à leur disposition notre expertise digitale. Tout est ouvert pour l'instant. Nous pouvons même envisager des co-financements avec eux.* » A suivre.

Muriel Blancheton