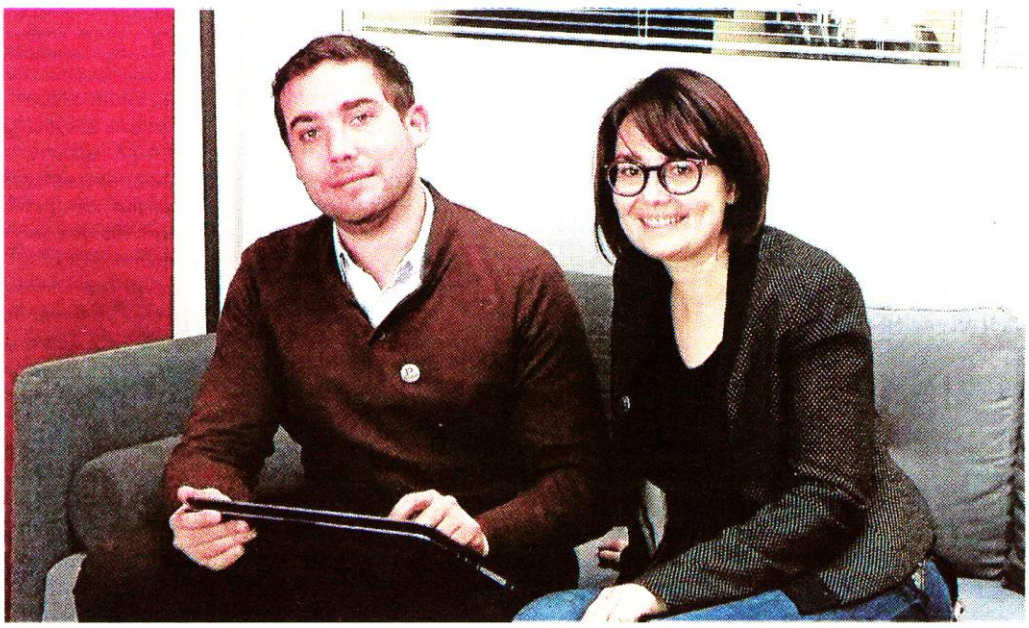
LE GROUPE PREND LE VIRAGE DIGITAL

Jean Rouyer Automobiles.
Le groupe prend le virage digital

• Le distributeur automobile multimarque Jean Rouyer part à la reconquête du parcours d'achat en s'appuyant sur l'expertise de sa filiale Autobonplan.

Voilà plus de deux ans que le groupe Jean Rouyer Automobiles, dont le siège social est situé à Cholet, s'intéresse aux nouveaux modes de distribution sur Internet. Après avoir lancé en mai 2015 le site de vente Autobonplan.com, via sa filiale éponyme (13 salariés, 7 M€ de CA en 2016) située à Bouguenais (44), il accélère désormais sa transformation digitale. « Le business model d'Autobonplan accroche et nous avons une légitimité suffisante pour transpirer sur le groupe », explique Samy Ben Chekroun, le directeur général de la start-up, qui vient de s'illustrer à la seconde place du palmarès des leaders du service en France, publié par Capital et l'institut d'études Statista, dans la catégorie des mandataires automobiles, confirmant ainsi sa notoriété.



Samy Ben Chekroun, directeur général d'Autobonplan.com, filiale de Rouyer Automobiles et Pauline Léré, directrice marketing et communication du groupe pilotent le projet de digitalisation du distributeur.

Une nouvelle mécanique commerciale

Le groupe qui revendique, quant à lui, la cinquième place française parmi les distributeurs automobiles avec un chiffre d'affaires de 750 M€ en 2016 (5 à 6 % de croissance prévue en 2017) est arrivé à « une taille critique », souligne Pauline Léré, directrice marketing et communication. Il s'agit à présent de lui donner « une structuration au travers des services transverses et communs à l'ensemble des 52 concessions afin de gagner en homogénéité et en professionnalisme sur des services supports. Le but étant de digitaliser la stratégie communication et marketing à l'échelle du groupe, grâce à la convergence des trajectoires, des outils (traitement des données pour mieux connaître les clients et les contacter) », résume-t-elle. Autre enjeu : capitaliser sur l'offre multimarques articulée autour de 15 constructeurs et un stock permanent de 3.500 véhicules. Le digital doit ainsi « permettre un accompagnement adapté aux nouveaux besoins ».

Un projet de longue haleine

Via ce projet de digitalisation, lancé en octobre 2016 et piloté par les deux collaborateurs, le groupe, en recrutement permanent, entend faire évoluer son organisation et accompagner ses 1.500 salariés, notamment en les sensibilisant au marketing et à la gestion de la relation client à distance. « L'enjeu consiste à comprendre les nouvelles technologies dans la capacité d'accueil global, à reconquérir le parcours client avant achat mais aussi à optimiser les process internes en les automatisant », explique le binôme qui se donne 18 mois pour intégrer de nouveaux outils numériques en sachant que le projet demandera plus de temps. Le coût de l'investissement reste, quant à lui, confidentiel. À noter que le site internet jeanrouyerautomobiles.fr, qui enregistre 30.000 visites par mois, sera optimisé d'ici la fin de l'année ou début 2018, alors que la filiale Autobonplan effectuera cette année une refonte complète de son site e-commerce.

Florence Falvy

JEAN ROUYER AUTOMOBILES
(Cholet)
Dirigeants : Famille Rouyer
CA 2016 : 750 M€
1.500 salariés
jeanrouyerautomobiles.fr

Le Journal des Entreprises - avril 2017