

## **EUROPART sur la voie numérique en 2019**

- L'évolution numérique débute en janvier
- EUROPART devient plus mobile et aide ses clients dans leur travail quotidien
- Plus proche des clients avec des solutions numériques

**Hagen, le 15/01/2019** – La numérisation est un des mots-clés du monde actuel. Pour le numéro un européen des pièces de rechange pour camions, remorques et bus, c'est bien plus qu'un mot. EUROPART répond avec des solutions numériques aux besoins de ses clients. Qu'il s'agisse d'information, d'organisation ou de mobilité, l'entreprise de Hagen est prête pour la concurrence nationale et internationale en 2019.

« Pour nous, tout tourne toujours autour du client. Et ce client est de plus en plus équipé d'outils numériques » explique Olaf Giesen, P-DG d'EUROPART. « Si je veux être aujourd'hui proche de mes clients, je n'y parviendrai pas avec seulement un encart dans la presse et une visite du commercial. En tant qu'entreprise, nous devons être disponibles, informatifs et conviviaux. » C'est entre autres la campagne « La passion crée des liens » lancée à l'occasion des 70 ans d'EUROPART qui a révélé l'importance de la proximité avec les clients sur le marché des véhicules industriels.

En plus des éléments classiques comme le site Web et la Newsletter, EUROPART mise désormais sur de nouveaux outils et se démarque des concepts habituels. Le lancement fin 2018 de la nouvelle version du catalogue en ligne EWOS est la première étape de l'évolution numérique des outils d'assistance au client. Cette nouvelle version 3.0 d'EWOS est devenue mobile, elle peut être personnalisée et elle aide l'utilisateur à organiser son atelier ou son entreprise. Par ailleurs, elle comprend de nombreuses fonctions de support technique.

Pour EUROPART, la mobilité est au cœur des développements. Avec l'application EUROPART, le client pourra utiliser les services encore plus facilement et plus rapidement dès 2019. « Quand je suis en atelier ou ailleurs en rendez-vous avec un client, il est idéal de pouvoir faire des recherches techniques ou prendre des commandes directement sur une tablette » décrit M. Giesen. « Aujourd'hui, on ne peut plus dire : je vous recontacte plus tard quand je serai de retour au bureau. »

En ce qui concerne ses offres promotionnelles, EUROPART va suivre systématiquement la voie de la numérisation. Les campagnes « Favoris » sur support-papier seront remplacées par des promotions sur format numérique comprenant six offres chaque semaine. La fréquence est ainsi triplée. De plus, la solution numérique mobile permet d'abandonner la production de publicités imprimées de courte durée, ce qui est aussi plus écologique. Les publications durables comme par exemple les catalogues ne sont pas affectées puisqu'elles sont en général utilisées pendant des années dans les ateliers et les entreprises – et généralement couvertes de notes personnelles. Elles seront cependant également disponibles sur le site Web au moyen de l'outil iPaper, offrant de plus l'avantage d'un lien hypertexte vers le catalogue en ligne.

EUROPART poursuivra également systématiquement sa communication dans les media sociaux en se concentrant sur Facebook et YouTube. Des vidéos, des reportages et des astuces utiles auront vocation à satisfaire les nombreux "followers". « Ces activités n'engendrent pas d'achats directs de nos clients chez nous ! » explique Daniel Zinn, directeur du marketing. « Il est davantage question ici de nous présenter en tant qu'entreprise et de montrer qui compose EUROPART : des gens taillés dans la même matière – celle de la passion. »

#### À propos d'EUROPART

EUROPART est l'un des principaux distributeurs européens de pièces de rechange et d'accessoires pour les véhicules industriels, les bus et les véhicules spéciaux de tous types. EUROPART propose également à sa clientèle (ateliers de mécanique, entreprises de transport et gestionnaires de parcs) une large gamme d'équipements qui inclut les pièces détachées pour véhicules industriels, les fluides techniques, les équipements et matériels d'atelier, les matériels de fixation, les équipements de sécurité au travail et bien d'autres produits nécessaires au quotidien des ateliers de véhicules industriels.

La société EUROPART dispose d'un réseau international ; elle est représentée par plus de 300 points de vente dans 28 pays. Pour de plus amples informations sur EUROPART, rendez-vous sur le site : [www.europart.net](http://www.europart.net)