

## Proximeca, des nouveaux projets ambitieux et concrets !

Depuis 2013, Proximeca a tout mis en œuvre pour redéfinir le concept du réseau, développer de nouveaux outils, et plus récemment pour moderniser la charte graphique.

La stratégie a été payante puisqu'en 2016, le nombre de garages passés aux couleurs de l'enseigne Proximeca a été multiplié par plus de 3. En 2017, fort de cette belle dynamique, le réseau poursuit sa conquête du territoire national avec déjà près de +10% des garages qui ont décidé d'arborer l'enseigne.

Les garages, déjà présents et séduits par l'éventail de supports de Marketing et Communication fournis par le réseau, ont été conquis par les dernières nouveautés. En effet, outre le panel d'outils performants mis à disposition pour le garage et ayant vocation à créer, générer du business en local, le réseau affiche clairement un de ses points forts par rapport aux réseaux concurrents : l'envoi du SMS à titre gratuit et illimité, moyen de communication avec un fort taux de conversion.



Le réseau a donc poursuivi sa politique axée vers l'innovation et le ciblage des besoins des MRA. Il reste ainsi fidèle à ses valeurs de simplicité et de pragmatisme en proposant des outils opérationnels et en restant tourné vers l'humain et le terrain.

Parallèlement au développement du maillage territorial, l'équipe du réseau travaille sans cesse à gonfler le portefeuille de ses services. Dernièrement, Proximeca s'est attelé au renforcement des partenariats avec des éditeurs de DMS.

L'objectif a été de proposer aux garages, plusieurs offres DMS à prix négociés, pour ceux qui n'étaient pas équipés ou ceux qui souhaitaient changer ou faire évoluer leur besoin. Une fois, chacun des garages équipés d'un DMS, le réseau pourrait proposer une solution de marketing prédictif permettant d'anticiper les besoins en entretien et réparation des automobilistes, à partir de l'analyse complète des données de facturation du DMS corrélée au carnet d'entretien du véhicule. Le garage pourrait alors solliciter son client au travers de campagnes SMS, email ou courrier grâce au CRM Proxiweb (future version, du ProxiSoft) avant même que l'automobiliste soit conscient de son besoin.

Le réseau a pour but de combiner les outils : DMS + marketing prédictif + CRM afin de permettre aux garages Proximeca de gagner en efficacité au quotidien. En effet, le garagiste pourra ainsi mieux suivre l'actualité de son atelier, améliorer sa productivité et générer du trafic supplémentaire par le développement de sa relation client.

La tendance du marché automobile se tournant vers la connectivité, Proximeca a donné, durant ces derniers mois, la priorité au digital à tous les niveaux.

Dans un premier temps, l'équipe s'est attachée à actualiser et rajeunir le site internet corporate et des sites personnalisés de chaque garage. Par la refonte de son site, Proximeca poursuit donc les efforts initiés pour moderniser la perception de la marque. Design épuré, simple, intuitif, autant de mots qui caractériseront, avant la fin de l'année l'état, d'esprit du site internet.

Le portail se voit doter de nouvelles fonctionnalités. Tout d'abord, l'internaute pourra avoir une estimation de prix sur sa prestation de réparation. Il disposera alors, d'une fourchette de prix à plus ou moins 10%. Les intérêts sont multiples : Concernant l'internaute, celui-ci pourra être rassuré quant au budget dépensé pour sa prestation et concernant le garagiste, il pourra inciter son client par la suite à effectuer sa demande de devis.

Autres nouveautés : un moteur de recherche utilisant les dernières technologies de géolocalisation ou une recherche plus classique par code postal afin d'accéder rapidement aux informations pratiques ainsi qu'un module de statistiques de suivi de trafic. Proximeca prévoit également d'utiliser ce site comme support d'échange supplémentaire entre le réseau et ses garages adhérents. Il met donc en place pour l'ensemble de ses MRA, et l'interlocuteur référent chez le distributeur, un accès personnalisé. Cet accès pro facilitera l'accès aux informations dont ils peuvent avoir besoin au quotidien dans leur activité et pour le développement de leur entreprise (documents importants, enquête de satisfaction, vidéos techniques, liste de contacts du réseau...).



Conscient que le web joue le rôle d'un apporteur d'affaires pour l'atelier, le réseau s'est lancé dans un second temps, à l'assaut du web communautaire. Chaque membre du réseau possède sa propre page Facebook et Google+. Cependant Proximeca, vise plus haut ; d'ici la fin de l'année, d'autres opérations interactives et incitatives au clic, s'inscrivant dans une stratégie Web to Store, seront proposées au garage.

Avec ces nouveaux services, le réseau veut doper le trafic en atelier tout en restant fidèle à sa philosophie de proximité et d'animation en local grâce aux distributeurs.

La fin d'année s'annonce prometteuse puisque de nombreux voiles seront levés sur de grands projets à l'occasion de la 3ème Convention Réseaux du groupement AGRA qui aura lieu à Paris en octobre et qui rassemblera plus de 270 personnes. En avant-première, les thèmes phares abordés seront la connectivité et le digital puisque le réseau officialisera toutes les évolutions ainsi que les perspectives.