

Un distributeur spécialisé de pièces auto

Distribution Spécialisée / Digital / SI / Supply Chain / Marketing /Vente



Le Contexte

Un distributeur spécialisé de pièces automobile a constaté une baisse des ventes sur son produit phare, les pneumatiques, en raison de l'arrivée sur le marché de « pure-players » 100% digitaux. Les directeurs des centres auto (à 50% franchisés) remontaient fréquemment le cas de clients venant dans leurs magasins pour demander la pose gratuite de pneus achetés moins chers en ligne.



Le Besoin

Face à cette nouvelle forme de concurrence, le client a fait appel à Aliznet afin de définir les caractéristiques du futur site e-commerce de la marque dans un contexte économique tendu avec des franchisés très inquiets sur les risques de cannibalisation de leurs ventes.



La Solution Aliznet

La mise en œuvre s'est déroulée en quatre grandes parties :

- 1- Benchmark du marché la vente des pneumatiques hors et en ligne
- 2- Analyse des ventes en centres-auto (notamment chez les franchisés)
- 3- Cadrage marketing et financier du projet :
 - Définition et validation d'un système de commission (internet / magasin)
 - Rédaction d'un business plan et des scenarii de déploiement
 - Choix des familles de produits à référencer
 - Mise en place d'une solution logistique e-commerce (livraison gratuite en centre auto, payante à domicile, SAV et retours)
- 4- Pilotage du projet sur les différents chantiers (SI, marketing, commercial, RH et logistique)



Les Résultats

Le site e-commerce a été lancé avec succès en moins d'un an en proposant 50% du portefeuille de produits disponibles dans les centres auto.

Les franchisés ont été rémunérés via la pose des pièces (pneumatiques notamment) et les ventes additionnelles réalisées par les clients lors du retrait de leurs achats dans les centres auto.