



FOCUS CLIENT

## NISSAN : des challenges pour servir les ambitions de volume du constructeur

Pour animer le réseau de concessionnaires NISSAN, Guillaume BARBET, Responsable des Opérations Commerciales Ventes, a opté pour des challenges régionaux de deux mois. La stratégie du constructeur automobile vise à générer du volume sur de brèves périodes.

Côté concessions, grâce à un partenariat avec l'agence RHINOS, NISSAN a pu offrir à ses équipes une plateforme Web simple et souple à laquelle le réseau a accès toute l'année, et pouvant être modifiée au rythme des opérations commerciales en cours.

### Quand a eu lieu la première rencontre avec l'agence RHINOS ?

« Il y a plus d'un an, nous avons lancé un appel d'offres autour de nos opérations d'animation. Mais à l'époque, nous n'avions pas retenu la candidature de RHINOS. Cette année, nous avons décidé de donner une orientation différente à nos opérations commerciales, en travaillant avec un nouveau prestataire. Par conséquent, dès le mois de décembre, et ce, sans lancer d'appel d'offres, nous nous sommes directement entendus avec RHINOS sur les modalités de la création du site Web dédié à notre réseau de concessionnaires. »

### Quels sont les paramètres qui ont motivé cette année votre choix du prestataire ?

« Nous avons besoin d'une solution clé en main et nous souhaitons que les vendeurs aient un accès direct et personnalisé à la plateforme et au back office toute l'année. La réactivité est un élément inhérent à notre métier et au marché. Les équipes chez RHINOS se sont rapidement mobilisées et nous ont proposé un outil conforme au brief que nous leur avons soumis début décembre. De fait, nous avons pu lancer, dès le début de l'année, un premier challenge qui s'est déroulé du 1<sup>er</sup> janvier au 28 février. Le site Web a été conçu graphiquement autour de la thématique du raid (décor de dunes de sable, personnages de trekkers en plein effort). Le vendeur s'authentifie au site grâce à un login et un mot de passe personnalisés et individuels. A chaque connexion, l'outil lui permet de visualiser sa position dans le classement, ainsi que celle des meilleures concessions. Le participant peut naviguer sur son compte, accéder au classement intégral, se rappeler des

points du règlement. En cas de question, un numéro de hotline est à sa disposition. L'espace "Mon Compte" révèle le nombre de points gagnés par le vendeur et les gains auxquels il peut prétendre dans le catalogue cadeaux proposé par l'agence RHINOS. En résumé, RHINOS s'est révélé très réactif en ce qui concerne le déploiement de l'opération. La créativité des équipes fut un argument décisif et convaincant. En outre, la simplicité de navigation et



### « La simplicité de navigation a permis à nos concessions de s'approprier l'outil rapidement »

L'ergonomie de l'applicatif ont permis à nos concessions de s'approprier rapidement l'outil. S'il est amené à changer graphiquement ou à être enrichi de nouvelles fonctionnalités, il sera déjà devenu familier aux équipes. »

### Quelle population fut impliquée dans le challenge de janvier-février ?

« Notre activité est segmentée par zone géographique. Dans un premier temps, nous avons choisi de faire participer les deux directions régionales Paris Est et Paris Nord Ouest. Pour le début d'année, le challenge a fédéré 112 points de vente sur 200 et environ 250 personnes au total. Nous prévoyons néanmoins un challenge à partir du mois d'avril qui devra impliquer les concessionnaires d'une nouvelle direction régionale. »

### Quels objectifs aviez-vous fixé en amont à vos concessions ?

« Déployer des challenges courts permet de doper les ventes de manière significative et de répondre à des ambitions importantes de volume. La gamme NISSAN est très large puisqu'elle regroupe 22 produits distribués sur le segment des véhicules particuliers. Le challenge s'est articulé autour des livraisons sur les gammes citadines telles que Pixo, Cube ou Micra. Nous avons par conséquent tout intérêt à impliquer dans le cadre de ces challenges l'intégralité de la concession NISSAN. L'objectif 2011 sur les challenges livraisons se base sur celui réalisé l'an passé. A savoir un taux de progression de +20% sur l'exercice 2009/2010. L'enjeu, cette année, réside dans le dépassement de cette progression. Nous récompenserons les meilleures équipes concessionnaires réalisant par exemple 140% de l'objectif. Nous envisageons également de maintenir notre challenge national qui, lui, s'étale sur 6 mois, de juin à novembre. Il gratifie les meilleurs directeurs de site d'un voyage dans le cadre du Club Elite NISSAN. Fin mars, nous emmènerons donc 30 directeurs de site à Saint Petersburg. »

Retrouvez cet article sur : [www.rhinos.fr/nissan](http://www.rhinos.fr/nissan)

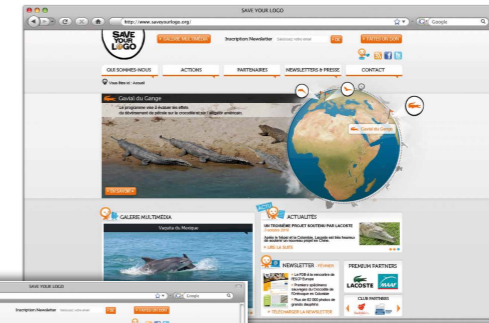
## NEWS DU GROUPE RHINOS

### Un nouveau site Web pour "Save Your Logo" !

L'agence RHINOS finalise actuellement une toute nouvelle version du site Web du programme de conservation de la faune et de la flore "Save Your Logo". Avec un graphisme plus moderne et davantage de dynamisme, ce nouvel outil permettra dès le mois de mars de relayer toutes les opérations menées sur le terrain.

Les parrains du projet, parmi lesquels Lacoste ou Maaf, ainsi que les internautes auront par exemple accès à des vidéos retraçant les différents programmes de conservation et leur feedback. La coopération et le soutien technique de l'université de Floride permettront également de procéder à la géo-localisation des crocodiles directement sur [www.saveyourlogo.org](http://www.saveyourlogo.org). Il sera ainsi possible de suivre leurs déplacements, grâce à des balises GPS placées sur les animaux. L'objectif recherché ? Créer une carte interactive des flux migratoires des crocodiles en Floride.

Plus d'informations sur : [www.rhinos.fr/websaveyourlogo](http://www.rhinos.fr/websaveyourlogo)



L'ambition de ce partenariat entre Save Your Logo et RHINOS réside dans la création d'un véritable site collaboratif, dépassant l'aspect institutionnel.

Très prochainement, le nouveau site deviendra international puisqu'enrichi d'une version anglaise. ■

## À LA LOUPE

### Vos programmes d'incentive en version Web mobile

A l'heure où fleurissent les applications sur Smartphones et où la convergence du multicanal a fait la preuve de son efficacité commerciale, il est important de privilégier la déclinaison de vos opérations d'incentive sur Web mobile.

Vos équipes de commerciaux non-sédentaires passent en effet plus de temps au volant de leur voiture que devant un écran d'ordinateur au bureau. Pour impliquer au maximum ces populations qui participent activement à votre activité, l'agence RHINOS vous propose de décliner vos plateformes d'animations commerciales classiques en version mobiles pour les smartphones.

Sur ces versions simplifiées, la navigation demeure basique et très intuitive. Les participants doivent par exemple pouvoir accéder très facilement aux données essentielles que sont leur position dans le classement ou encore leur solde de points cadeaux. Un pré-requis étant que le chargement

de l'interface soit des plus rapides.

Pour des populations de managers commerciaux, davantage en quête d'outils de suivi et de pilotage, il peut être intéressant de prévoir des raccourcis vers les fonctionnalités de gestion opérationnelle : validation des inscriptions, distribution de points cadeaux ou encore envoi de SMS personnalisés par exemple.

En conclusion, décliner ses opérations sur sites mobiles peut s'avérer une très bonne façon de s'assurer une constante motivation des participants tout au long du challenge. ■

Plus d'informations sur : [www.rhinos.fr/sitesmobiles](http://www.rhinos.fr/sitesmobiles)



Pierrick BRIAND  
Président  
Groupe RHINOS



### Quel bilan tirez-vous de l'année 2010 ?

« Nous sommes toujours très satisfaits des résultats du groupe. Notre plus gros challenge est de maintenir une offre de plus en plus qualitative malgré une montée en charge importante. Les recrutements récents permettent de compléter les compétences des équipes sur de nouvelles technologies. Le service commercial s'est lui aussi vu renforcé, et d'autres prises de contacts sont très avancées afin de couvrir encore plus de secteurs d'activités.

Nous confirmons également notre forte présence dans les secteurs de la banque et l'assurance. Et surtout, grande nouveauté 2010/2011, nous notons une vraie augmentation des appels entrants. Notre approche et notre modèle économique font aujourd'hui leurs preuves, nous allons donc persévérer dans notre démarche. »

### L'instant RHINOS sera-t-il maintenu en 2011 ?

« J'ai bien conscience de notre chance, nos propres clients engagent leur parole en expliquant par le détail les raisons de leur confiance. C'est assez fabuleux en termes de retour sur expérience et de crédibilité. Je profite d'ailleurs une nouvelle fois de cette tribune pour les en remercier. Etonnamment, le marketing viral s'inscrit à l'identique de la prospection commerciale pure dans nos chiffres de progression.

L'instant RHINOS est aujourd'hui "une véritable rubrique dans le mag". Nous avons donc pris la décision d'étendre sa diffusion sur un troisième support qu'est Marketing Magazine\*. Le retour sur investissement de notre campagne est indéniable. » ■

\* L'instant RHINOS est à retrouver sur le site internet [www.actionco.fr](http://www.actionco.fr) et dans les magazines Action Commerciale et Marketing Magazine.



### Repères

Activités :  
Constructeur automobile

Chiffre d'affaires :  
952 millions d'euros

Effectif commercial :  
450

GROUPE RHINOS  
[www.rhinos.fr](http://www.rhinos.fr)

Tél : 05 46 34 51 24 / Fax : 05 46 34 51 41 / Email : [contact@rhinos.fr](mailto:contact@rhinos.fr)

Siège La Rochelle :  
Rue Joseph Cugnot 17180 PERIGNY

Agence Commerciale :  
33 rue du Faubourg St Antoine 75011 PARIS