

## Proximeca mise sur le digital

jeudi, 28 septembre 2017

**Après avoir franchi la barrière des 100 unités en fin 2016 et en attendant sa prochaine convention à Paris, Proximeca a poursuivi son développement en 2017 avec l'arrivée de nouveaux garages mais aussi de nouveaux outils opérationnels.**



En 2017, Proximeca aura attiré une dizaine de nouveaux garages sous son enseigne de réparateurs. Si ces derniers peuvent désormais communiquer avec leurs clients grâce aux SMS illimités, le réseau Proximeca a aussi renforcé ses 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 »,* explique l'enseigne.

Et là, les SMS trouvent toute leur utilité en permettant au point de vente de sensibiliser le client au travers de campagnes SMS, mais aussi email ou courrier traditionnel. Pour cela, le réparateur pourra alors s'appuyer sur Proxiweb, la version future de ProxiSoft, grâce à l'interfaçage des outils DMS + marketing prédictif + CRM *« afin de permettre aux garages Proximeca de gagner en efficacité au quotidien »*. Le but, de mieux suivre l'activité de l'atelier, améliorer sa productivité et générer du trafic supplémentaire.

### Priorité au digital

Ces derniers temps, l'équipe Proximeca a revu et corrigé le site internet *« corporate »* ainsi que les pages dédiées aux garages, le tout basé sur un design épuré, simple et intuitif. Le portail dispose de nouvelles fonctionnalités, comme l'estimation de prix sur la prestation de réparation, la recherche d'après géolocalisation ou code postal. Il est également prévu d'utiliser ce site comme support d'échange supplémentaire entre le réseau et les adhérents, donnant ainsi l'accès à des documents, enquête de satisfaction, vidéos techniques, liste de contacts, etc.

Si, en plus, chaque point de vente dispose d'une page Facebook et Google+, Proximeca veut aussi s'inscrire dans une stratégie Web to Store. Des opérations spécifiques seront donc proposées prochainement aux adhérents. Tout cela sera annoncé avec d'autres projets lors de la 3ème Convention Réseaux du groupement Agra, qui aura lieu à Paris en octobre et qui rassemblera près de 300 personnes.

---

© Apres-Vente-Auto.com © Reproduction interdite