

» CARYA GROUP

“Nous allons signer avec un distributeur du Top 3 BMW France”

BMW suscite les convoitises, celle de Carya Group en particulier. Au terme d'un long et minutieux développement, Incadea Greenroad s'attaque au réseau de distribution de l'Allemand. Objectif 80 % de pénétration d'ici à 3 ans.

Au terme d'une longue période de doute et de transition due à des cessions et rachats successifs, Incadea revient en force sur le marché des DMS. Distribué par Carya Group, le produit affiche de grandes ambitions : s'emparer du marché BMW. Le plus “jeune” des éditeurs - 10 ans seulement - qui renaît de ses cendres ne compte pas jouer les seconds rôles. Pour se donner les moyens de réaliser ses projets, il a mis au point une solution personnalisable destinée à satisfaire aux exigences du constructeur municipal.

Il a corrigé ses défauts du passé : “C'était un ERP très puissant et très bien en navigation, mais pas convivial pour l'utilisateur”, reconnaît **Hubert Gervais**, directeur général de Carya Group France. Greenroad a donc mis l'accent sur son interface. Son développement a été lancé en avril 2008 avec les distributeurs. “Les premiers tests ont montré qu'il avait la puissance réputée d'Incadea et la convivialité de Microsoft”, résume le directeur.

Un plan d'évolution produit riche

Greenroad intègre de nombreux outils. L'aspect marketing est géré autour de sept étapes allant de la

campagne ponctuelle, à la campagne récurrente, la mise en vente des futures reprises en passant par un work place intuitif. Hubert Gervais évoque au même titre un module de gestion par code-barres, formaté pour

galement les constructeurs. Un module de Business Intelligence entre aussi dans les projets.

The screenshot shows a software interface with a calendar for September 2009 and a data table below it. The table has columns for Date, From, To, N° Campagne, Désignation, Type, Evén., N° Pros., N° Prospect, and Non prospect. The data table is partially visible, showing dates from 13/09/09 to 26/09/09 and various campaign details.

Pris dans des tumultes, Carya Group a très peu communiqué ces temps derniers. Outre BMW, l'éditeur fait un appel au pied à VW, Opel et PSA.

gérer les stocks et leur rotation. Cette nouvelle mouture d'Incadea arrivera sur le marché en début d'année 2010 et c'est la suite du plan produit qui s'annonce encore plus intéressante. Issu de la CRM de Microsoft, un outil de CVRM (customer and véhicule relationship management) devrait faire son apparition. Complètement indépendant d'Incadea, il ciblera prin-

cipalement les constructeurs. Un module de Business Intelligence entre aussi dans les projets.

HUBERT GERVAIS, directeur général de Carya Group France.



court terme”. Carya Group qui s'est employé à rendre une copie irréprochable à BMW négocie actuellement des signatures de partenariats. A l'international, comme en domestique. En 2010, la société espère équiper 2 à 3 nouveaux sites par mois et glaner 80 % de pénétration d'ici à 3 ans. “Nous allons signer avec un distributeur du top 3”, annonce Hubert Gervais. Probablement PGA Motors, que l'on sait très attentionné à l'égard de son parc informatique. Carya Group ne délaisse pas les autres marques automobiles. PSA (2 500 utilisateurs en Allemagne) Opel et VW (en Inde, par exemple) sont notamment sur les tablettes pour un déploiement plus large. ■

2 à 3 sites par mois et internationalisation

La plus innovante des aides au commerce arrivera au deuxième trimestre 2010. Il s'agit d'un outil de génération, basé sur l'historique du véhicule permettant de dégager plus de revenus par ordre de réparation. Inspiré d'un produit largement répandu en Grande-Bretagne, il rappelle les prestations essentielles (points de contrôle...) et fournit l'argumentaire de vente. “Dans 500 sites au Royaume-Uni, nous avons constaté une augmentation du panier moyen, de 10 à 20 euros”, insiste Hubert Gervais. Une fois adapté au marché français, il demandera un “faible investissement”, de l'ordre de 2 000 à 3 000 euros ajoutés à un abonnement de 100 à 150 euros par mois, pour un retour sur investissement “quasiment assuré à

A DECOUVRIR

Veillez retrouver l'intégralité des éditeurs au travers des fiches de renseignements (chiffres d'affaires, parts de marché...) sur notre site Internet www.journalauto.com

ADP et Autoline

Pour vous aider à mieux servir vos clients...



Avec Autoline, ADP propose une solution innovante pour vous aider à faire la différence.

- ✓ Fidéliser vos clients
- ✓ Faire progresser l'entreprise
- ✓ Gagner en efficacité et en qualité de service

Le Groupe PSA certifié
Autoline

Mail : dsfrance@adp.com Tél : 01 43 62 26 26

ADP Dealer Services - Tour Mercuriales, 40 rue Jean Jaurès, 93176 BAGNOLET Cédex

