



# IT-Tecture

Ein Geschäftsbereich der Dr. Schnell & Dr. Hensel GmbH

# Navigateur d'Accessoires Ford

---

*Description actuelle du système, version : 11. janvier 2022*

## Sommaire

|          |                                                                            |          |
|----------|----------------------------------------------------------------------------|----------|
| <b>1</b> | <b>VUE D'ENSEMBLE DU SYSTEME</b>                                           | <b>2</b> |
| 1.1      | INTRODUCTION                                                               | 2        |
| 1.2      | PRINCIPES DE BASE DE FONCTIONNEMENT ET D'ARCHITECTURE                      | 3        |
| 1.3      | APERÇU DES FONCTIONNALITES                                                 | 3        |
| 1.4      | OPTIONS D'UTILISATION POUR LES ENTREPRISES PARTENAIRES DE FORD             | 4        |
| <b>2</b> | <b>CATALOGUE DE PRODUITS</b>                                               | <b>5</b> |
| 2.1      | DONNEES DES ARTICLES                                                       | 5        |
| <b>3</b> | <b>GESTIONNAIRE DE LA PLACE DE MARCHE / APPLI SL POUR PARTENAIRES FORD</b> | <b>6</b> |
| 3.1      | AJUSTEMENT DES PRIX                                                        | 6        |
| 3.2      | TYPES DE PRIX                                                              | 7        |
| 3.3      | AJUSTEMENT SIMPLIFIE DES PRIX                                              | 7        |
| 3.4      | INTERFACES POSSIBLES                                                       | 8        |
| <b>4</b> | <b>PLACES DE MARCHE / CANAUX DE DISTRIBUTION</b>                           | <b>9</b> |
| 4.1      | SOLUTIONS POUR LES SITES WEB                                               | 9        |
| 4.1.1    | NAVIGATEUR D'ACCESSOIRES CENTRAL                                           | 9        |
| 4.1.2    | MODULE D'ACCESSOIRES POUR LE SWPF                                          | 11       |
| 4.1.3    | MODULE D'ACCESSOIRES POUR LE SITE WEB D'ENTREPRISE DU PARTENAIRE FORD      | 11       |
| 4.1.4    | MOTEUR DE RECHERCHE GOOGLE                                                 | 14       |
| 4.1.5    | GOOGLE SHOPPING                                                            | 14       |
| 4.2      | SOLUTIONS POUR L'ESPACE DE VENTE                                           | 15       |
| 4.2.1    | SOLUTIONS DE CODE QR POUR LE PdV                                           | 15       |
| 4.2.2    | TERMINAL D'ACCESSOIRES POUR LE PdV                                         | 16       |

# 1 Vue d'ensemble du système

## 1.1 Introduction

IT-Tecture est une division de Dr. Schnell & Dr. Hensel GmbH. L'accent est mis sur la production et l'exploitation d'applications Web et de produits Internet complexes et durables dans le domaine de l'optimisation et de l'automatisation des processus commerciaux. Nous nous concentrons sur le secteur automobile, en particulier sur les processus de marketing et de distribution Aftersales.

Ford-Werke GmbH est une filiale de la société américaine Ford Motor Company. Elle gère un système de distribution de plus de 1800 revendeurs et partenaires de service agréés. Le siège social de Cologne-Merkenich abrite également le centre européen de distribution de pièces et le siège de la Ford Customer Service Division (FCSD), d'où sont gérées toutes les activités Aftersales européennes.

Ford-Werke GmbH prévoit d'étendre ses processus numériques de commercialisation d'accessoires pour le commerce régional et utilisera pour cela le logiciel *Navigateur d'Accessoires Ford (NAF)* d'IT-Tecture. L'objectif est de couvrir tous les canaux de distribution régionaux du partenaire Ford à partir d'une seule solution.

Grâce au *Navigateur d'Accessoires Ford*, les clients peuvent découvrir les produits, aussi bien dans le point de vente qu'en ligne sur les pages Web du concessionnaire automobile. Les clients qui recherchent des produits sur le Web les trouveront ensuite sur le site du concessionnaire automobile. La vente des accessoires facilite également le travail quotidien du personnel de vente, car l'offre génère de la demande : au lieu que les vendeurs ne doivent présenter proactivement la gamme, les clients posent spontanément des questions concernant les offres qui leur sont présentées ; ceci est bien sûr toujours appréciable.

Le *Navigateur d'Accessoires Ford* comprend le catalogue complet des produits pour les accessoires d'origine Ford, les roues et le Lifestyle. Cette gamme peut être personnalisée par le concessionnaire automobile, c'est-à-dire que le choix de la gamme proposée et les tarifs peuvent être adaptés.

Cette gamme de produits ainsi personnalisée peut être proposée aux clients sur les canaux de distribution suivants (Customer Touchpoints) avec une adaptation régionale :

- Présentation des accessoires dans **l'espace de vente**, par exemple sur l'iPad
- Présentation des accessoires directement autour du véhicule dans **l'espace de vente**, par exemple à l'aide de codes QR
- Catalogue d'accessoires ou boutique sur le **site Web** du partenaire Ford (SWPF) et/ou sur le propre **site Web** du concessionnaire automobile
- Choix d'accessoires autour du véhicule dans les bourses aux véhicules sur son propre **site Web**

Les clients se voient proposer différentes possibilités d'interaction avec le concessionnaire automobile à ces Touchpoints. Il peut s'agir de :

- Appel du concessionnaire automobile
- Demande en ligne sur le produit
- Partager / transférer le produit
- Envoyer des listes de produits souhaités au concessionnaire automobile
- Acheter des produits et les retirer sur place
- Acheter des produits et les faire installer
- Acheter des produits et les faire expédier

Le logiciel Navigateur d'Accessoires est proposé aux concessionnaires automobiles exclusivement via Internet. C'est pourquoi l'utilisation du logiciel est proposée dans le cadre d'un contrat Software-as-a-Service (SaaS).

Le présent document sert d'annexe 1 au contrat relatif au cahier des charges de la solution. Les fonctionnalités du logiciel dépendent du choix du tarif. Toutes les fonctions seront regroupées dans un tableau tarifaire pour former des packs tarifaires. Il fait également partie intégrante du contrat dans sa version en vigueur.

En raison de leur évolution constante, le présent document et le tableau tarifaire sont mis à jour en conséquence et constituent, dans leur version actuelle, des documents faisant foi, tandis que le contrat-cadre peut rester inchangé.

## 1.2 Principes de base de fonctionnement et d'architecture

Le *Navigateur d'Accessoires Ford* est techniquement mis à disposition sur la base de la plateforme ServiceLister. La plateforme dispose de tous les composants nécessaires à l'exploitation d'une telle solution de marketing et de distribution numériques, qui sont tous contrôlés à partir d'une base centrale. Ces composants sont décrits plus en détail ci-dessous.

L'exploitation technique est assurée par IT-Tecture. IT-Tecture met ainsi à disposition une solution cloud professionnelle et évolutive (Google Cloud sur des serveurs en Allemagne), dans laquelle l'application est installée.

Le *Navigateur d'Accessoires Ford* et la plateforme ServiceLister sous-jacente sont fondamentalement utilisables à l'échelle internationale. Cela comprend le multilinguisme dans l'application et dans les données des articles, les devises et les taux de TVA spécifiques à chaque pays, les prix des articles spécifiques à chaque pays et les gammes de produits spécifiques à chaque pays.

## 1.3 Aperçu des fonctionnalités

Le Navigateur d'Accessoires Ford peut actuellement être divisé dans les domaines fonctionnels suivants :

- Content Management Produit :
  - Données de base des articles
  - Titres et descriptions
  - Images, vidéos et documents
  - Prix des produits (prix de vente conseillé)
  - Données de calcul pour le montage
- Gestionnaire de la place de marché / Backend
  - Lien entre les données des produits et les données des distributeurs
  - Gestion et calcul des prix des produits pour les partenaires Ford
  - Mise à disposition de toutes les données pour les Customer Touchpoints
- Composants pour les Customer Touchpoints :
  - Application Web centrale avec recherche dans le catalogue, recherche de re-vendeurs et affichage des produits, exploitée sous [ford.zubehoer-navigator.de](http://ford.zubehoer-navigator.de)
  - Module Web pour le site Web du partenaire Ford
  - Module Web pour le site Web d'entreprise du revendeur (système multi-marques)
  - Application Accessoires optimisée pour iPad
  - Module Web pour intégration dans les bourses de véhicules neufs et d'occasion
- Logiciel de gestion pour les partenaires Ford
  - Page d'information sur le NAF, y compris la réservation en ligne de la catégorie tarifaire NAF
  - Accès à la gamme centrale par les partenaires Ford
  - Gestion et calcul des prix sur la base de règles tarifaires concernant les prix de vente conseillés (PVC)
  - Consultation des commandes dans la boutique NAF
- Composants d'interface pour l'accès aux données des produits et des revendeurs par des systèmes tiers

Le NAF contient ainsi tous les composants nécessaires au processus de commercialisation numérique, de la gestion des données produits à la publication des offres sur différents canaux de distribution, en passant par la gestion des prix des partenaires Ford.

#### **1.4 Options d'utilisation pour les entreprises partenaires de Ford**

Le NAF est à la disposition de tous les partenaires Ford. La condition préalable est la réservation d'un des tarifs NAF et la conclusion d'un contrat d'utilisation qui en découle. Pour de plus amples informations sur l'étendue des prestations des catégories tarifaires, veuillez consulter la liste tarifaire.

## 2 Catalogue de produits

La publication et la présentation de produits sur les places de marché en ligne nécessitent un contenu produit optimisé. Les données de tous les produits destinés à être commercialisés sur le NAF sont gérées dans l'application PCM (Product Content Manager), qui fait partie de la plateforme ServiceLister. Cela comprend tous les accessoires d'origine Ford, les roues complètes et les jantes ainsi que les articles Lifestyle. Les prestations de service et les pièces de rechange d'origine Ford peuvent également être gérées ici. Le PCM permet de gérer tous les détails d'un produit, c'est-à-dire d'ajouter, de modifier, d'activer/désactiver et de supprimer des produits. Ce catalogue de produits, géré de manière centralisée, constitue la base du NAF.

ITT importera ces données de catalogue dans la base de données PCM au début du projet. Par la suite, ces données seront régulièrement mises à jour en termes de contenu et de prix. Les données des produits sont transférées de PCM au gestionnaire de la place de marché de ServiceLister afin d'être mises à la disposition des partenaires Ford pour une personnalisation plus poussée. Les prix des produits sont fixés individuellement par les partenaires Ford. Pour la gestion des stocks et des prix, les partenaires Ford disposent d'une application basée sur le Web (appli SL).

### 2.1 Données des articles

L'objet central des données dans le NAF est l'article. Les données de base des articles comprennent :

- Référence d'article
- Titre d'article
- Description d'article
- Catégories de fabricants (plusieurs possibles par article)
- Catégories ServiceLister (pour la catégorisation dans des bourses externes type eBay)
- Prix nets des articles (prix de vente catalogue, prix de vente conseillés)
- Valeurs de travail pour le montage (temps de travail en heures qui doit être consacré au montage de l'article dans un véhicule et sert de base de calcul pour les montages d'accessoires)
- Dimensions, poids (si disponible)

Outre les données de base, il existe d'autres données d'objet liées à l'article. Il s'agit de :

- Images et / ou vidéos d'articles
- Données des véhicules (liste de tous les véhicules dans lesquels la pièce peut être montée, les données de base du véhicule sont basées sur le système TecDoc)
- Documents (PDF)
- Campagnes attribuées

### 3 Gestionnaire de la place de marché / Appli SL pour partenaires Ford

Le cœur du NAF est le gestionnaire de la place de marché qui, en tant que backend du système, est responsable de la gestion des données et de la logique de l'application. Les données des produits du catalogue y sont reliées aux partenaires Ford, ce qui permet de les localiser et de les personnaliser, notamment en ce qui concerne les données tarifaires.

#### 3.1 Ajustement des prix

Les partenaires Ford ont accès à tous les produits du catalogue Ford via le gestionnaire de la place de marché et peuvent (en fixant leurs prix personnalisés) activer des produits sélectionnés ou tous les produits pour la publication en ligne. Pour ce faire, les partenaires Ford utiliseront l'interface utilisateur standard pour les utilisateurs de ServiceLister, appelée simplement l'appli SL. Chaque partenaire Ford participant reçoit des données d'accès spécifiques à l'utilisateur pour son entreprise (adresse e-mail, mot de passe). Il est possible de créer plusieurs utilisateurs par partenaire contractuel. Les fonctions de base suivantes sont disponibles pour les partenaires Ford dans l'appli SL :

- Accès à tous les produits en ligne avec possibilité de modifier les prix, de désactiver/réactiver et de modifier les options de la place de marché
- Rechercher / parcourir / filtrer tous les produits du catalogue Ford
- Activation des produits pour la publication en ligne
- Réglage des types de prix (voir ci-dessous)
- Ajustements des prix des produits par rapport au prix de vente conseillé (pourcentages de majoration ou de minoration) ou indépendamment de celui-ci
- Détermination ou calcul des coûts de montage (le cas échéant, c'est-à-dire que des valeurs de travail pour le montage sont disponibles pour le produit)
- Détermination de règles tarifaires pour la mise à jour automatique permanente des prix sur la base du prix de vente conseillé, en tenant compte des paramètres de rabais ou de majoration en pourcentage et du taux horaire de facturation des frais de montage. Les règles tarifaires peuvent être enregistrées pour tous les produits ou de manière ciblée pour certains d'entre eux et entraînent une mise à jour automatique des prix des produits correspondants dès que de nouveaux prix de vente conseillés sont disponibles.
- Accès aux rapports mensuels
- Vérification des données de sa propre entreprise
- Modification des coordonnées de contact, des heures d'ouverture, des interlocuteurs, etc.

### 3.2 Types de prix

Sur la plateforme ServiceLister, les produits personnalisés des revendeurs peuvent être proposés dans trois types de prix différents au maximum :

- *Click & Collect* → Le client souhaite retirer les produits dans le magasin du revendeur. Le paiement en ligne n'a pas besoin d'être activé pour cela, car le paiement peut être effectué lors du retrait. Le client est informé de la date à laquelle la marchandise peut être retirée au plus tôt. Après l'achat, le client reçoit une notification dès que la marchandise est prête à être retirée. Ce moment peut être défini par l'emplacement lui-même dans le cadre du processus d'achat.
- *Click & Fit* → Le client souhaite que le produit soit installé dans son véhicule. Le prix comprend les frais de montage, qui sont calculés sur la base des temps de montage (valeurs de travail) et du taux horaire du concessionnaire automobile.
- *Click & Deliver* → Le client souhaite que le produit soit livré à une adresse. L'envoi de l'article est effectué par le concessionnaire automobile. Le prix de l'envoi doit obligatoirement être indiqué pour cette option d'achat (il est fixé individuellement par le donneur d'ordre). Le paiement en ligne est obligatoire à cette fin. PayPal, PayPal Express et PayPal Plus sont disponibles pour cela. Avec PayPal Plus, le client peut effectuer le paiement par carte de crédit, par prélèvement automatique ou sur facture.

Ces options peuvent être paramétrées par le revendeur dans l'appli SL. Selon le type de prix, les produits sur les places de marché ont un comportement différent.

Dans la version sans boutique des modules NAF, chaque produit sera disponible dans un seul des deux types de prix : soit « *Click & Collect* », soit « *Click & Fit* ». Il est toutefois possible de mélanger les types de prix au sein d'un même module, car chaque produit connaît son type de prix et les modules d'accessoires fournissent l'affichage correct du prix. Cela correspond à un « avis de non-responsabilité dynamique » qui indique au client si la prestation de montage est comprise ou non dans le prix du produit.

Dans la version avec boutique du module d'accessoires (peut uniquement être utilisée dans les modules de site Web), un produit peut être proposé simultanément aux trois types de prix. Le client fait alors son choix en fonction de ses préférences lorsqu'il place le produit dans le panier.

### 3.3 Ajustement simplifié des prix

En général, il appartient au revendeur de fixer les prix et les types de prix pour chaque produit. Cela peut se faire au sein de l'appli SL comme décrit ci-dessus. Cependant, d'après notre expérience, un revendeur est souvent submergé et cela rend l'Onboarding initial plus complexe que nécessaire.

C'est pourquoi nous recommandons la méthode simplifiée de calcul des prix suivante, basée sur les données suivantes :

1. Rabais/majoration sur le prix du matériel [indiqué en pourcentage du prix de vente conseillé]
2. Prix des produits, frais de montage inclus (le cas échéant) ? [oui/non]
3. [uniquement demandé si réponse 2 = « oui »] Taux horaire pour le calcul des frais de montage ? [net en Euro]

Le calcul du prix est effectué dans le backend NAF sur la base de ces trois données. Tous les produits dont la valeur de travail est nulle sont toujours configurés comme « *Click & Collect* ». Pour tous les produits dont la valeur du travail est supérieure à zéro, la réponse à la question 2 est déterminante : Si « oui », le prix du produit inclut les frais de montage, ce qui donne un type de prix « *Click & Fit* », si « non », le type de prix du produit est « *Click & Collect* ».

### 3.4 Interfaces possibles

Le NAF est en principe en mesure de recevoir et de traiter des données provenant de systèmes tiers. Cela se fait par le biais d'interfaces ou par l'importation de fichiers mis à disposition en externe. Cela permet notamment d'automatiser la gestion des informations suivantes, ce qui améliore considérablement la qualité et l'actualité des données et permet d'éviter les efforts de gestion manuelle :

- Disponibilité centrale des articles (un article est-il encore livrable au partenaire Ford)
- Données tarifaires centrales (importation et traitement automatique des prix de vente conseillés)
- Prix des produits locaux et stock local (serait possible en se connectant au DMS du partenaire Ford)
- Données de produit (contenu du produit comme par exemple les caractéristiques de l'article, les textes, les images, etc.)



## 4 Places de marché / Canaux de distribution

### 4.1 Solutions pour les sites Web

#### 4.1.1 Navigateur d'Accessoires central

Le NAF met à disposition une application Web prévue pour une utilisation centralisée. Le client final peut y parcourir l'ensemble de la gamme et consulter les informations sur les produits. À partir de la vue du produit, le client peut ensuite localiser le partenaire Ford chez qui l'article est disponible. La page peut être exploitée séparément dans une page de renvoi sous [ford.zubehoer-navigator.de](http://ford.zubehoer-navigator.de) ou être intégrée dans le site Ford existant [ford.de](http://ford.de). Seule la première variante est utilisée actuellement. Le client utilise le site Web Navigateur d'Accessoires Ford de la manière suivante :

1. **Page d'accueil :** La page d'accueil permet au client d'accéder facilement aux catégories de produits, qui sont présentées de manière bien visible sous forme de tuiles. Le client y trouve en outre les produits les plus vendus dans les différentes catégories. De là, il peut soit consulter directement les produits, soit accéder à la recherche de produits (étape 2) via une catégorie de son choix.
2. **Recherche centrale de produits :** La recherche centrale de produits permet aux clients de trouver tous les produits disponibles de la marque Ford. Le filtre le plus important est la recherche par véhicule, qui n'affiche dans le résultat que les produits qui peuvent être montés dans le véhicule sélectionné. En outre, il est possible d'effectuer des recherches et des filtrages via la recherche en texte plein, la référence d'article, la catégorie et diverses caractéristiques de l'article. La liste des produits se trouve à la fin de chaque recherche.
3. **Page centrale des produits :** Un clic sur le produit dans la liste des produits permet d'afficher tous les détails du produit. Des produits similaires sont également affichés sur cette page pour favoriser le Cross-Selling (ventes croisées). Le client peut également voir ici chez combien de partenaires Ford le produit est disponible. De là, le client accède à la recherche de revendeurs.
4. **Recherche de revendeurs :** Dans la recherche de revendeurs, le client indique soit le code postal de son lieu de résidence, soit son emplacement est localisé automatiquement. Il verra alors s'afficher tous les partenaires Ford proches de lui qui ont réservé le NAF et chez qui le produit en question est disponible. Si le client se décide pour un revendeur, il accède à son espace revendeur en cliquant sur la page produit du partenaire Ford. Alternativement, le client

peut être guidé depuis le module NAF sur le propre site Web du concessionnaire automobile (ou plus tard sur le SWPF), si le partenaire Ford le souhaite ainsi.

**5. Espace revendeur :** Sur le site NAF, chaque partenaire Ford dispose de sa propre zone revendeur, dans laquelle le client trouve exclusivement les produits du revendeur en question. C'est également ici que le client atterrit par défaut lorsqu'il choisit un revendeur particulier à l'étape 4. Il se trouve alors sur la page détaillée du produit et voit ici quelles options d'achat sont proposées par le revendeur pour ce produit (Click & Collect, Click & Deliver) et quand cela sera possible au plus tôt. En plus des options d'achat, il est possible de prendre contact avec le concessionnaire automobile choisi via la fonction « Question sur le produit ». La demande est ensuite envoyée à l'interlocuteur du concessionnaire automobile. De plus, le client peut partager l'offre, c'est-à-dire la transmettre par e-mail à un ami/une connaissance. Le destinataire reçoit ensuite un e-mail contenant le lien vers le produit et un message personnalisé.

Outre cette navigation étape par étape, d'autres possibilités sont disponibles pour utiliser le site Web NAF :

**Possibilité 1 : Page de renvoi pour le sticker magnétique de code QR (voir Ch. 4.2.1)**

Le code QR sur les stickers magnétiques est spécifique à chaque modèle et dirige vers le site Web NAF. Deux choses se produisent en arrière-plan :

1. Localisation du client à l'aide de la position du smartphone et redirection automatique vers l'espace revendeur du NAF
2. Filtrage des produits en fonction du modèle de véhicule correspondant au code QR

Au final, le client voit une liste qui ne montre que les produits qui correspondent au modèle de voiture en question, avec les prix et les options d'achat du concessionnaire automobile où il se trouve à ce moment-là.

**Possibilité 2 : Page de renvoi pour le panneau de rétroviseur à code QR**

Les panneaux de rétroviseur affichent un code QR qui (indépendamment du modèle de véhicule) mène soit à l'espace revendeur NAF et affiche tous les produits du revendeur, soit, si le partenaire Ford le souhaite, mène au module NAF sur le site Web propre de la concession automobile (ou plus tard sur le SWPF).

Au final, le client voit une liste de tous les produits avec les prix et les options d'achat du concessionnaire automobile où il se trouve à ce moment-là.

#### 4.1.2 Module d'accessoires pour le SWPF

Le site Web du partenaire Ford (SWPF) est un Customer Touchpoint important pour les conducteurs Ford. La présentation des accessoires à cet endroit permet aux visiteurs du site Web de rechercher des accessoires plutôt que de les rediriger vers le site Web d'un catalogue central.

Pour présenter les accessoires sur le site Web du partenaire Ford, il existe un module correspondant qui peut être facilement intégré dans le SWPF existant. Le module suit l'identité visuelle et le Corporate Design de FORD. Il s'agit d'une appli JavaScript qui s'intègre en quelques lignes de code sur une page prévue à cet effet. Il s'agit de s'assurer que le module correct, propre au partenaire, est installé sur le site Web du partenaire Ford. L'intégration doit être coordonnée et réalisée avec l'agence pour le SWPF.

Le module intégré au SWPF présentera les caractéristiques suivantes :

- Affichage de tous les produits activés par le partenaire Ford pour cette place de marché
- Affichage des prix des produits tels qu'ils ont été fixés individuellement par le revendeur, y compris les frais de montage (le cas échéant)
- Présentation de tous les détails du produit sur une page produit
- Recherche plein texte pour les produits
- Navigation / Filtrage par catégories de fabricants
- Filtre de produits par modèle de véhicule
- Tri des produits par défaut selon le classement de vente
- Partager un produit avec un ami
- Demande de produit au partenaire Ford
- Ajouter des produits à la liste de souhaits
- Analyse du trafic Web et rapports basés sur Google Analytics

Actuellement, l'intégration du module NAF dans le SWPF n'est pas encore possible en raison de la clarification en cours de questions juridiques. La solution provisoire consiste donc à mettre en place un lien entre le SWPF et l'espace revendeur du Navigateur d'Accessoires Ford ([ford.zubehoer-navigator.de](http://ford.zubehoer-navigator.de)), avec des boutons/bannières bien visibles sur le SWPF.

#### 4.1.3 Module d'accessoires pour le site Web d'entreprise du partenaire Ford

Selon diverses études de marché, le site Web d'entreprise propre au concessionnaire automobile est l'une des principales sources d'information pour les automobilistes. Un composant important de la solution du navigateur d'accessoires est donc un module dans lequel tous les produits proposés par le concessionnaire automobile sont présentés. Ce module peut être intégré de manière techniquement simple dans le site Web, de sorte que les personnes intéressées n'aient pas besoin de quitter le site. Le fait de compléter le site Web par une présentation complète des accessoires augmente l'attractivité du site Web et donc sa

visibilité sur Google. La présentation publique de la gamme crée une demande chez le client, à laquelle le vendeur d'accessoires peut facilement répondre.

Pour l'intégration des accessoires, différentes variantes sont disponibles en fonction du niveau tarifaire choisi et des conditions du site Web existant, en ce qui concerne la navigation, l'affichage des prix et les possibilités d'interaction du client, qui sont expliquées ci-après.

#### **4.1.3.1 Solutions pour les concessions automobiles individuelles**

Pour une concession automobile individuelle, un module avec les fonctions de base suivantes est disponible pour l'intégration des accessoires dans le site Web de l'entreprise :

- Le cas échéant, chez les concessionnaires automobiles multimarques : entrée par présélection de la marque du véhicule
- Navigation / Filtrage par catégories de fabricants
- Affichage de tous les produits d'une marque qui ont été activés par le concessionnaire automobile
- Tri des produits par défaut selon le classement de vente
- Filtre de produits par modèle de véhicule
- Recherche plein texte pour les produits
- Présentation de tous les détails du produit sur la page produit
- Affichage des produits similaires du revendeur sur la page produit

Les fonctions suivantes ne sont pas disponibles pour tous les niveaux tarifaires (voir annexe 2) :

- Affichage des prix des produits tels qu'ils ont été fixés individuellement par le revendeur, y compris les frais de montage (le cas échéant), aussi bien dans la liste de produits que sur la page détaillée du produit
- Affichage de différents types de prix (voir Ch. 3.2), tels que définis par le concessionnaire automobile
- Possibilités d'interaction :
  - Contacter le revendeur par téléphone (click-to-call)
  - Partager un produit avec un ami
  - Demande de produit au concessionnaire automobile
  - Ajouter des produits à la liste de souhaits
- Fonctionnalités de la boutique :
  - Le client peut ajouter des articles au panier
  - Le client a le choix entre plusieurs options tarifaires : enlèvement, expédition, montage
  - Le client peut acheter et payer en ligne (check-out)
- Analyse du trafic Web et rapports basés sur Google Analytics

#### 4.1.3.2 Solutions pour les groupes de concessions automobiles

Pour les groupes de concessions automobiles, il existe différentes variantes d'intégration dans le site Web, qui dépendent en premier lieu de la structure du site Web du groupe. Le navigateur d'accessoires est capable de réunir plusieurs emplacements et plusieurs marques d'un groupe de concessions automobiles en un seul module (*navigateur d'accessoires de groupe*), qui est ensuite intégré à un emplacement central sur le site Web du groupe. Mais il est également possible de mettre à disposition un module spécifique pour chaque emplacement et/ou chaque marque. Ces modules individuels pourraient ensuite être intégrés sur des pages correspondantes spécifiques à la marque/à l'emplacement du groupe. Le choix de la solution dépend du client et de la manière dont l'utilisateur doit naviguer : soit le site Web du concessionnaire automobile prend en charge la navigation vers la marque et l'emplacement (par ex. en proposant des sites Web par emplacement), soit l'utilisateur est dirigé vers une page centrale d'accessoires avec le navigateur d'accessoires de groupe intégré, qui sera expliqué ici.

Si plusieurs emplacements avec plusieurs marques sont représentés dans le groupe de concessions automobiles et que ces emplacements n'ont pas de sites Web indépendants, il est recommandé d'utiliser le *navigateur d'accessoires de groupe*. La navigation s'effectue ici comme suit :

**1. Aiguillage de marque :** La première page affichée est un aiguillage de marque, grâce auquel le client choisit la marque de son véhicule. Toutes les marques du groupe représentées chez les concessionnaires automobiles sont mentionnées ici. Après avoir sélectionné la marque, le client accède à la recherche centrale de produits pour cette marque. L'aiguillage de la marque peut être ignoré dans la mesure où la marque découle du contexte du site Web du concessionnaire automobile. Dans ce cas, le module doit être appelé avec un paramètre de marque défini en conséquence.

**2. Recherche centrale de produits :** La recherche centrale de produits permet aux clients de trouver tous les produits disponibles de la marque sélectionnée. Le filtre le plus important est la recherche par véhicule, qui n'affiche dans le résultat que les produits qui peuvent être montés dans le véhicule sélectionné. En outre, il est possible d'effectuer des recherches et des filtres via la recherche en texte plein, la référence d'article, la catégorie et diverses caractéristiques de l'article. La liste des produits se trouve à la fin de chaque recherche. De plus, dans la recherche de produits, les catégories OEM sont affichées de manière proéminente sous forme de tuiles, offrant ainsi à l'utilisateur une entrée thématique dans la gamme.

**3. Page centrale des produits :** Un clic sur le produit dans la liste des produits permet d'afficher tous les détails du produit. Le client peut également voir ici dans combien d'emplacements le produit est disponible. De là, le client accède à la sélection de l'emplacement.

**4. Sélection de l'emplacement :** La sélection de l'emplacement affiche tous les emplacements du groupe où le produit est disponible. Il s'agit toujours des emplacements où la marque du produit est disponible. Si le client se décide pour un emplacement, il accède à la page produit de l'emplacement en cliquant dessus.

**5. Page produit de l'emplacement :** Tous les détails du produit sont également affichés ici. En outre, les options d'achat proposées pour ce produit (Click & Collect, Click & Deliver) sont indiquées, et quand cela sera possible au plus tôt. En plus des options d'achat, il est possible de prendre contact avec l'emplacement choisi via la fonction « Question sur le produit ». La demande est ensuite envoyée à l'interlocuteur de l'emplacement. De plus, le client peut partager l'offre, c'est-à-dire la transmettre par e-mail à un ami/une connaissance. Le destinataire reçoit ensuite un e-mail contenant le lien vers le produit et un message personnalisé.

Le navigateur de groupe est actuellement en cours de finalisation et ne devrait pas être disponible avant le troisième trimestre 2021.

#### 4.1.4 Moteur de recherche Google

Pour que les produits du module intégré soient trouvés dans les résultats de recherche organique de Google, ils doivent être enregistrés dans le moteur de recherche de Google (SEO). Ainsi, l'intérêt régional est dirigé gratuitement par le moteur de recherche vers le site Web du concessionnaire automobile (ou plus tard vers le SWPF, dès que le NAF y sera intégré). Le navigateur d'accessoires améliore ainsi le classement du site Web et génère du trafic gratuit. Selon des études internes, cela permet de multiplier par dix le nombre de clients potentiels d'accessoires et d'augmenter considérablement le temps passé sur le site Web du revendeur (environ 4 minutes).

Pour l'enregistrement des produits chez Google, il peut être nécessaire d'adapter la configuration des paramètres du serveur du site Web du concessionnaire automobile. ITT fournit des instructions détaillées à cet effet. L'agence qui gère le site Web du client se charge généralement de la mise en œuvre.

#### 4.1.5 Google Shopping

Le moyen le plus sûr de placer ses produits dans le champ de vision des clients potentiels est la publicité payante via Google Shopping. Grâce à Google Shopping, chaque produit peut être transformé en une annonce de produit qui apparaît sur Google avec une photo et le prix

de vente pour toutes les personnes intéressées qui ont effectué une recherche correspondante. La publication des annonces ne coûte pas d'argent, mais l'annonceur paie un certain montant à chaque clic sur une annonce (généralement bien moins de 50 cents pour la plupart des annonces de produits). C'est pourquoi il faut mettre en place une campagne d'annonces Google Shopping sur Google Ads et lui attribuer un budget publicitaire mensuel maximal. ITT est partenaire de Google Ads et peut prendre en charge la gestion des campagnes contre rémunération (contrat séparé). Alternativement, le client peut s'en charger lui-même ou confier cette tâche à une autre agence.

Dans le cadre de ce projet, le flux de produits est régulièrement mis à disposition sous la forme requise par Google Shopping. Soit tous les produits, soit seulement une partie sélectionnée sont introduits dans le flux. Le flux contient toutes les données nécessaires à la création des annonces de produits.

Un autre avantage de Google Shopping, souvent négligé, est que les annonces y influencent la décision d'achat d'un client. C'est le cas même si la personne ne clique pas sur votre boutique. La raison est que les publicités Shopping sont perçues indirectement par les acheteurs et exercent une influence subconsciente sur leur décision.

Les avantages de Google Shopping sont encore une fois résumés ici :

- Atteindre les utilisateurs intéressés par l'achat avec des annonces placées en tête de liste
- Faible perte de diffusion (les annonces de produits n'apparaissent que si les produits ont été recherchés)
- Obtenir un taux de conversion plus élevé
- Gérer de nombreux articles avec peu d'efforts
- Atteindre une plus grande portée / régionale ou interrégionale
- Utiliser l'évaluation et le contrôle des campagnes basés sur les produits
- Profiter de l'influence sur la décision d'achat

## 4.2 Solutions pour l'espace de vente

### 4.2.1 Solutions de code QR pour le PdV

Pour l'espace de vente, les possibilités suivantes sont mises à la disposition des partenaires Ford dans le cadre de la solution NAF :

**Sticker à code QR** – il s'agit de stickers magnétiques présentant un code QR spécifique à un modèle et destinés à être apposés notamment sur des véhicules exposés dans un espace de vente. L'objectif est de permettre aux clients finaux dans les concessions automobiles d'accéder rapidement à la gamme d'accessoires personnalisée du partenaire, notamment dans le contexte de l'achat d'un véhicule neuf. Le code QR peut être scanné par le client final à l'aide de son smartphone. Il est alors redirigé vers un site Web NAF qui affiche tous les accessoires disponibles pour le modèle de véhicule correspondant. En localisant

l'emplacement où se trouve le client (soit automatiquement via son smartphone, soit après une recherche de proximité), les produits sont affichés avec les prix des produits personnalisés du partenaire. Le partenaire Ford reçoit un jeu de stickers à code QR pour chaque emplacement réservé. Un jeu comprend deux stickers pour chaque modèle, actuellement pour les 16 modèles de véhicules suivants (extensible à volonté) :

|                          |                 |           |         |
|--------------------------|-----------------|-----------|---------|
| Voiture                  | Fiesta          | B479      | 07/2017 |
|                          | Ecosport        | B515 MCA  | 10/2017 |
|                          | Puma            | BX726     | 10/2019 |
|                          | Focus           | C519      | 04/2018 |
|                          | Kuga            | CX482     | 12/2019 |
|                          | Mustang         | S5550 MCA | 03/2018 |
|                          | Mustang Mach-E  | CX727     | 09/2020 |
|                          | Mondeo          | CD391 ICA | 02/2019 |
|                          | S-Max           | CD539     | 06/2015 |
|                          | Galaxy          | CD390     | 06/2015 |
|                          | Explorer        | U625      | 08/2019 |
| Véhicules<br>utilitaires | Ranger          | V375      | 02/2019 |
|                          | Transit Courier | B460      | 06/2018 |
|                          | Transit Connect | V408      | 06/2018 |
|                          | Transit Custom  | V362      | 06/2019 |
|                          | Transit         | V363      | 05/2019 |

**Panneaux de rétroviseur à code QR** – ils sont destinés à être accrochés aux rétroviseurs intérieurs des véhicules. L'objectif est d'attirer en particulier l'attention des clients existants sur l'offre d'accessoires en ligne. C'est pourquoi le panneau de rétroviseur doit surtout être accroché dans les véhicules qui sont passé par le service client. Le code QR sur le panneau de rétroviseur est indépendant du modèle et conduit le client dans le module NAF sur un site Web défini par le partenaire Ford (soit le SWPF, soit sur le propre site Web de l'entreprise), sur lequel tous les produits accessoires sont ensuite affichés. Le partenaire Ford reçoit un jeu de 500 panneaux de rétroviseur pour chaque emplacement réservé.

#### 4.2.2 Terminal d'accessoires pour le PdV

Les partenaires Ford participants recevront une solution de point de vente pour leur espace de vente en concession automobile. Le cœur de la solution est une application Web optimisée pour l'affichage sur tablette, dans laquelle tous les produits du partenaire Ford sont présentés. En tant que solution complète, le partenaire Ford reçoit un iPad préconfiguré, monté dans un support d'iPad servant de pied avec une inscription (terminal d'accessoires).



L'iPad peut toutefois être livré sans pied (par exemple comme application pour les vendeurs). En outre, l'application peut également être installée sur un iPad disponible chez le concessionnaire Ford en tant qu'application pour les vendeurs.

La navigation dans l'application s'effectue par le biais de tuiles de catégories (sur autant de niveaux que nécessaire) ou par recherche en texte plein. Il est également possible de filtrer les produits par modèle de véhicule. Outre les catégories de fabricants, il est également possible d'enregistrer des actions ou des offres spéciales. Le contenu et le prix des produits sont identiques à ceux de toutes les autres places de marché.

Le terminal d'accessoires permet aux clients d'avoir un aperçu de l'ensemble de l'offre du concessionnaire Ford. Il peut également mettre les articles qui l'intéressent sur une liste de souhaits puis les envoyer à une adresse e-mail enregistrée du commerçant.