

# Conférence de Presse Communication Digitale



Mardi 11 février 2014 - Paris

## Automotive Aftermarket

AA/SEW-CMS Caroline Ugarte | 11/02/2014 | © Robert Bosch GmbH 2013. All rights reserved, also regarding any disposal, exploitation, reproduction, editing, distribution, as well as in the event of applications for industrial property rights.



**BOSCH**



# Bienvenue



# Conférence de Presse Communication Digitale

Le Groupe Bosch :

## Quatre secteurs d'activité



Automotive Aftermarket






AA/SEW-CMS Caroline Ugarte | 11/02/2014 | © Robert Bosch GmbH 2013. All rights reserved, also regarding any disposal, exploitation, reproduction, editing, distribution, as well as in the event of applications for industrial property rights.



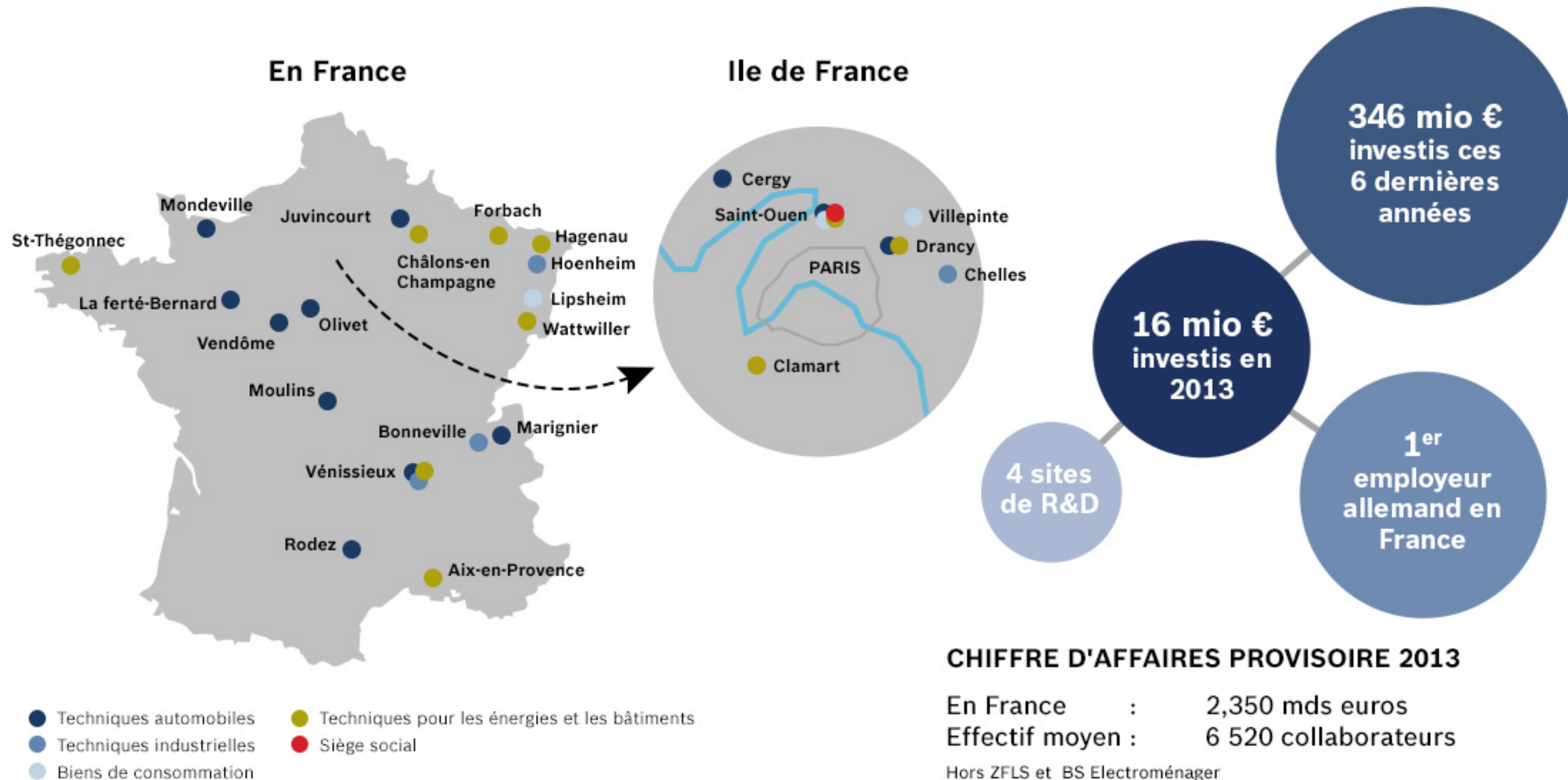
**BOSCH**



## Chiffres clés provisoires pour 2013

<b>Groupe Bosch</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>→ 46,4 milliards d'euros de chiffre d'affaires</li><li>→ 281 000 collaborateurs</li><li>→ 5 000 brevets soit 20/jour</li></ul>		
<b>Techniques automobiles</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>→ Le plus important fournisseur au monde de techniques automobiles et leader technologique</li></ul>	} <b>66% du Chiffre d'affaires</b>	
<b>Techniques Industrielles</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>→ 1er fabricant au monde de gros engrenages, d'entraînement, d'emballage et de technologies des processus</li></ul>		
<b>Techniques pour les énergies et les énergies et les bâtiments</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>→ Leader dans la thermo-technique et des systèmes de sécurité.</li><li>→ Plus grand fabricant de pompes à chaleur</li></ul>	} <b>34% du Chiffre d'affaires</b>	
<b>Bien de consommation</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>→ Premier fabricant au monde d'outillage électroportatif</li><li>→ Leader dans l'électroménager</li></ul>		

## Implantations du groupe en France



## Sommaire et intervenants

### → **Les grandes tendances de la digitalisation du secteur automobile**

- Odette **DANTAS** – Directrice GiPA France

### → **La stratégie globale et les enjeux pour la Recharge Automobile Bosch**

- Thierry **LEBLANC** – Directeur Régional Recharge Automobile

### → **Le social média, pièce maîtresse de la stratégie de la Recharge Automobile Bosch**

- Véronique **WALSPECK** – Directrice Marketing Recharge Automobile

- Isabelle **GULPHE-LACHAUD** – Directrice du département qualitatif Institut d'étude CSA

- Gaël **NAVINEL** – Directeur Commercial Retail

### → **Conclusions et questions / réponses**





1-

## **Les grandes tendances de la digitalisation du secteur automobile**

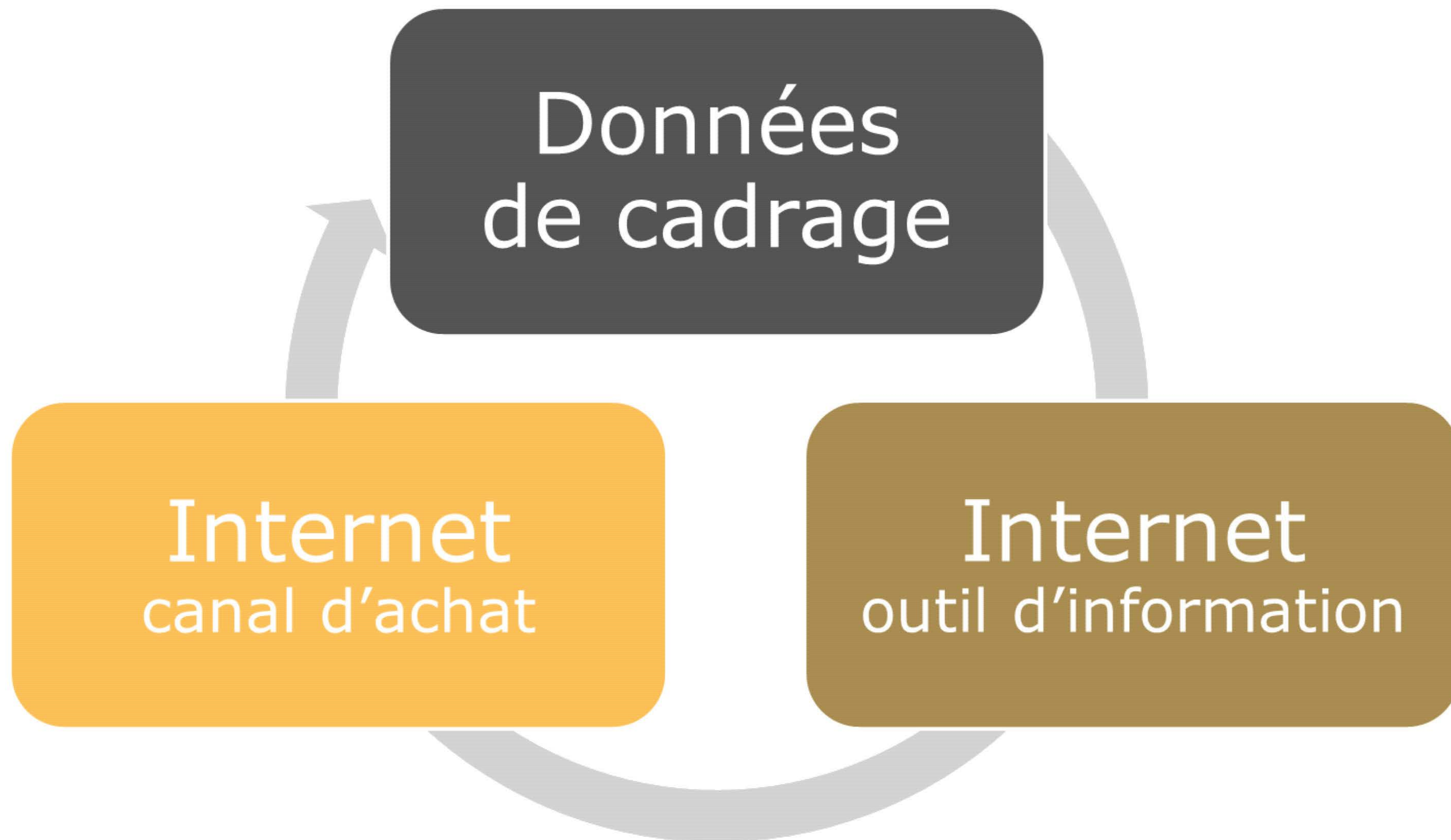


# Un éclairage sur l'utilisation d'Internet par les conducteurs dans le cadre de l'entretien automobile



Paris, le 11 février 2014





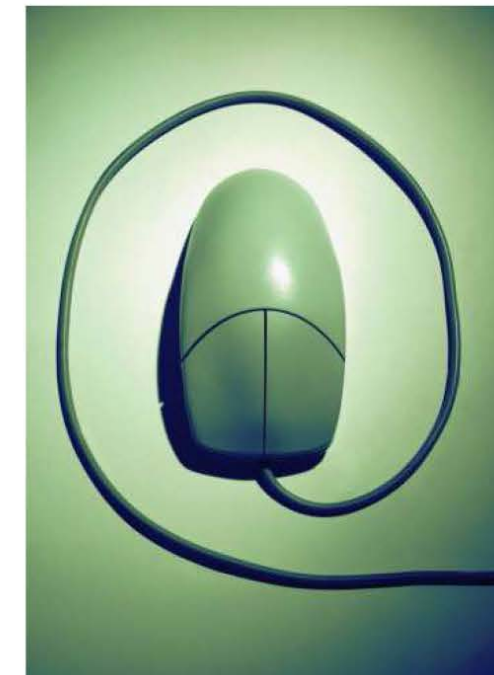
- Le e-commerce en 2013, en quelques chiffres...

## En France

- Plus de 600 millions de transactions en ligne (+17,5%\*)
- Pour un montant de 51,1 milliards d'euros (+13,5%\*)
- En 2012, l'achat de pièce/équipement auto se hisse en 12<sup>ème</sup> position

*Source : Fevad (Fédération du e-commerce)*

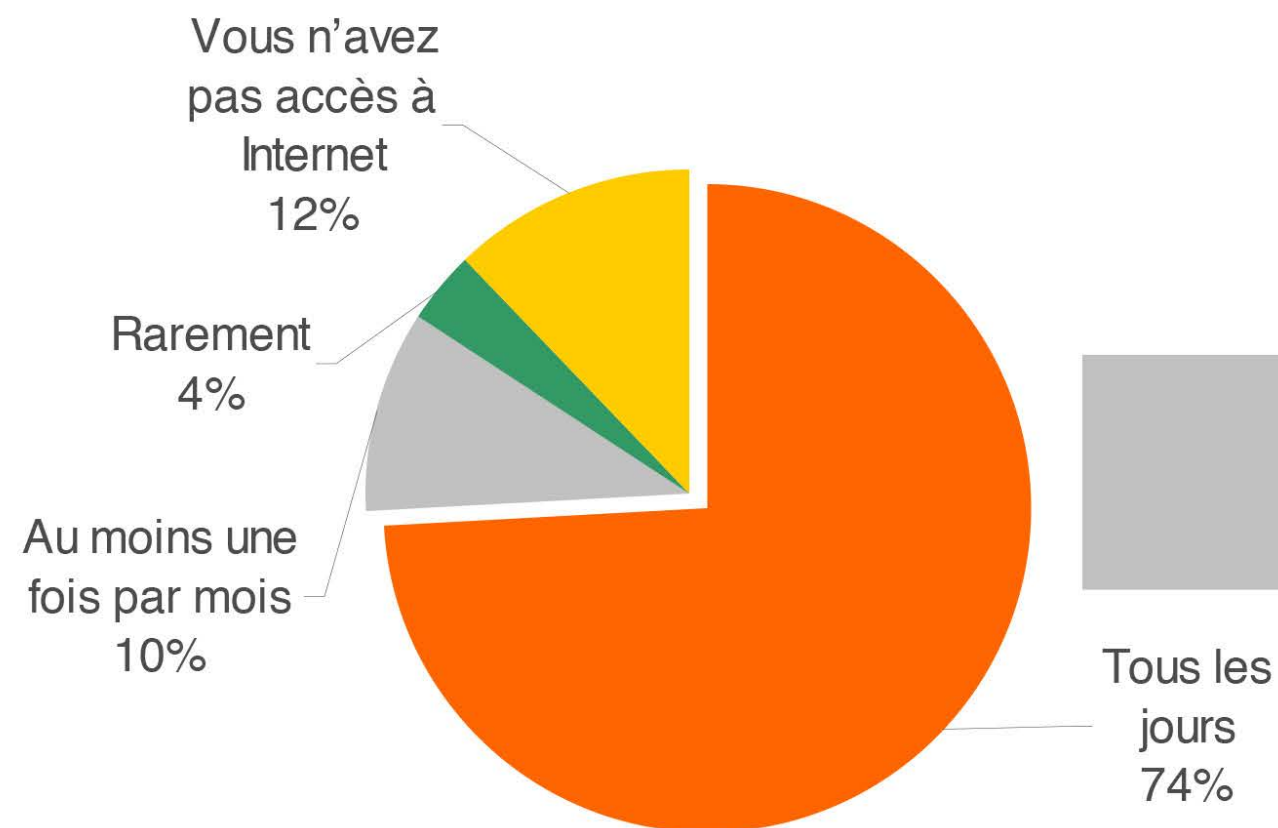
*\* : comparé à 2012*





- Internet : un média généralisé  
*la conquête du pouvoir par le consommateur*

➔ **Les trois-quarts vont tous les jours sur Internet**  
(+6 points en un an)



Un conducteur sur deux est sur des réseaux sociaux  
*Les gens se connectent en fonction de leurs intérêts, de leurs goûts*

20% des conducteurs utilisent davantage Internet pour gérer l'entretien/les réparations sur leur voiture

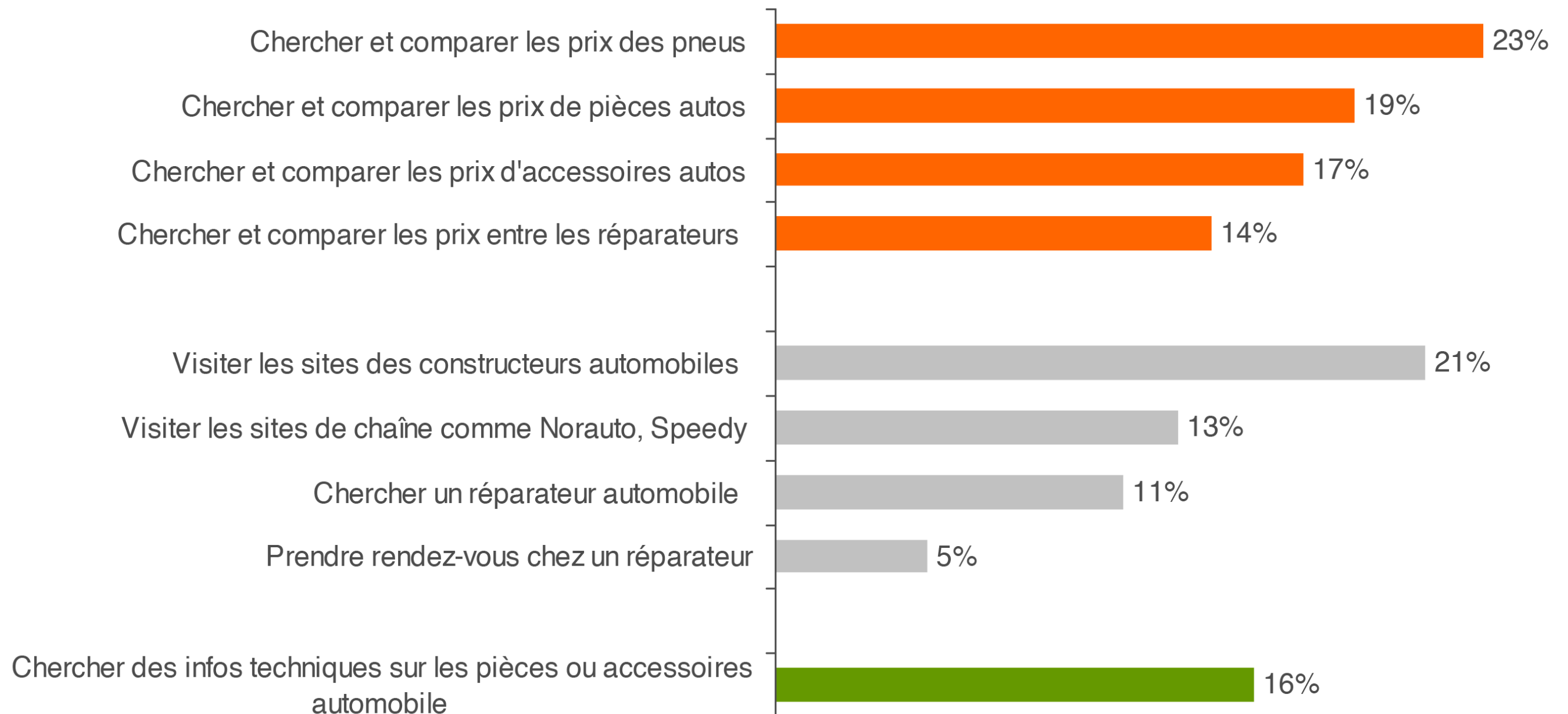


L'information circule plus rapidement, atteint un plus grand nombre de personnes

## ■ Internet : outil d'information

**Principale utilisation** l'information, comparaison de **prix**

Mais un outil de **communication, service...**

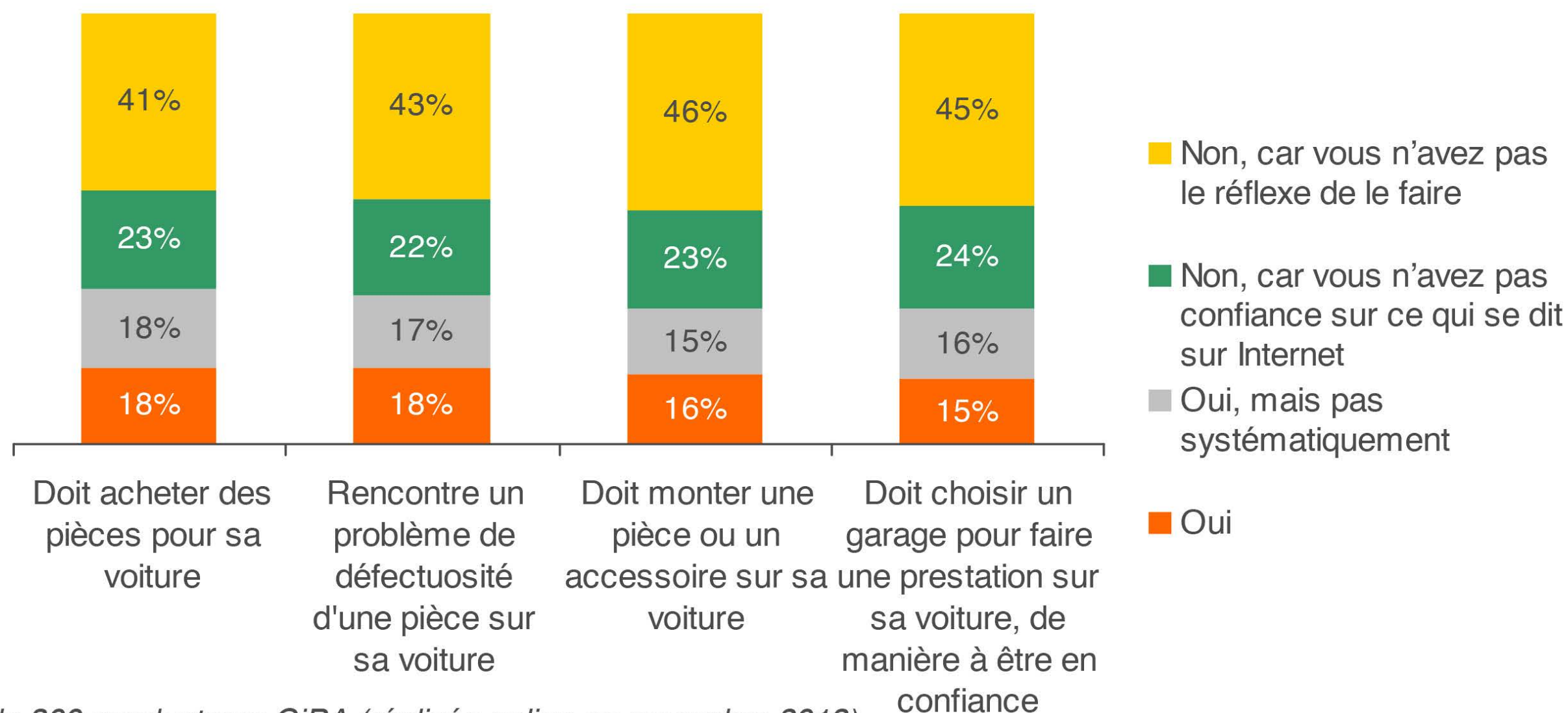




## ■ Internet : outil d'information

*A la question : "Allez-vous sur des forums, blogs, groupes Facebook pour avoir des conseils, quand...", 15% des conducteurs ont répondu oui quand ils doivent choisir un garage pour faire une prestation sur leur voiture.*

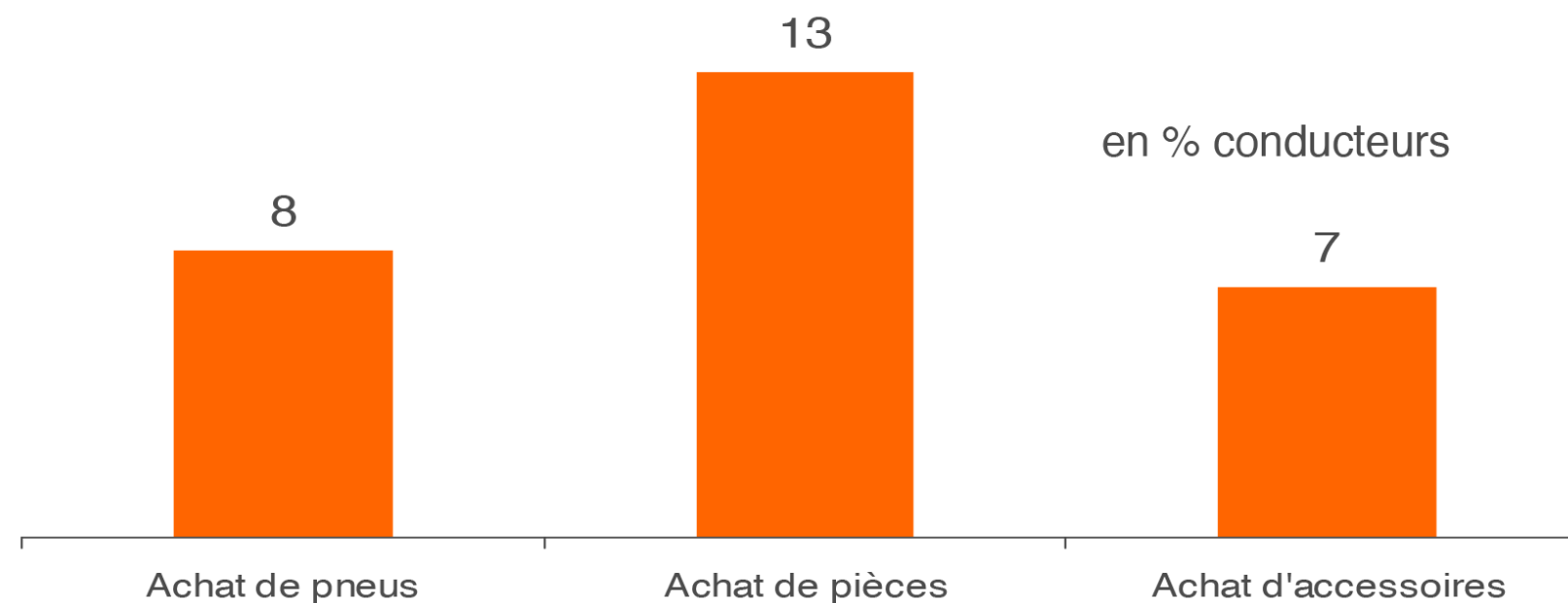
- **Plus de 30%** des conducteurs (ayant répondu à l'enquête online) **vont sur des forums, blogs...** pour avoir des **conseils** concernant leur « **univers entretien** »
- Un sur 5 n'a pas confiance dans les commentaires



## ■ Internet : un **nouveau mode d'achat....**

13% des conducteurs **ont déjà acheté des pièces automobile** sur Internet

→ **Principaux freins : n'aime pas acheter** de manière générale sur **Internet** et **n'a pas la compétence** pour les **poser**, installer.



Source : Etude 3 900 conducteurs GiPA



» **L'achat via Internet** s'impose comme une évidence commerciale et **inéluçtable**, aux acteurs « physiques » de se l'approprier et d'en faire **une opportunité** ...  
(vers une logique du Web to Store)



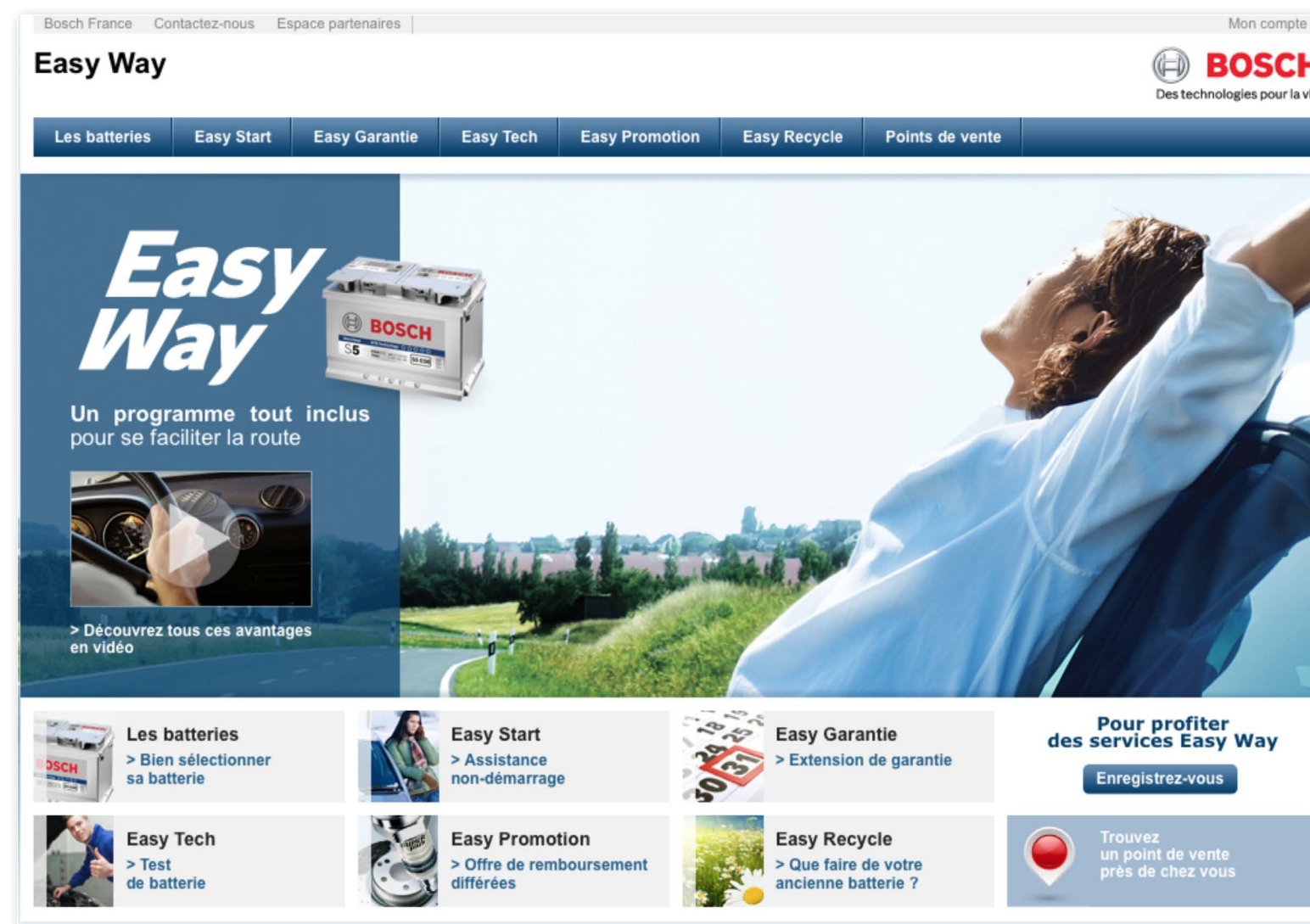
2-

## **Stratégie globale et enjeux** **pour la Recharge Automobile Bosch**



## Notre vision

- Internet ne se limite pas à une vision de site marchand ou e-commerce.
- Les pure players sur le web.
- En investissant le web, la Recharge Automobile Bosch propose de nombreux conseils et services aux consommateurs.





## Vers une nouvelle approche

→ Vers une communication **BtoBtoC** sur la sphère digitale.



→ Avec pour objectif d'instaurer une nouvelle relation avec les consommateurs, basée sur l'échange et l'interactivité. Et en impliquant nos partenaires.

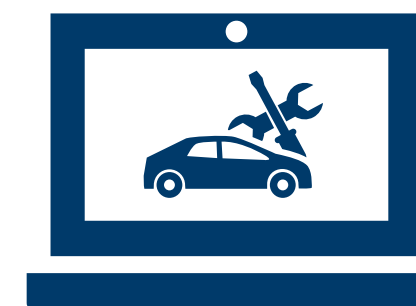
Exemples :



## Les raisons de notre venue

### → **L'automobile sur le web : un contexte favorable**

- Les consommateurs sont en attente de contenus fiables et de qualité.
- L'automobile, un des sujets qui passionne le plus les publics sur le web.



### → **Bosch sur le web : une marque attendue et légitime**

- Une démarche BtoC novatrice qui s'inscrit dans l'ADN du Groupe Bosch.
- La marque bénéficie de la notoriété issue du Groupe Bosch en général.
- Aux yeux des consommateurs, la Rechange Automobile Bosch est perçue comme experte.





3-

## **Social Média**

**Pièce maîtresse de la stratégie de la Recharge**

**Automobile Bosch**



**BOSCH**

# *Quelle prise de parole digitale pour Bosch?*

*Isabelle Gulphe-Lachaud - Institut CSA*

Forum online (FR –BENELUX) - 11 jours d'échanges interactifs

**CSA**  
COMPRENDRE  
POUR MIEUX DÉCIDER



# L'image de BOSCH : « L'expertise avant tout »

> DANS UN CONTEXTE DE DÉFICIT IMPORTANT DE NOTORIÉTÉ DES ÉQUIPEMENTIERS, BOSCH BÉNÉFICIE D'UNE IMAGE FORTE ET POSITIVE SUR LE MARCHÉ BTOC.

DES PRODUITS DE  
GRANDE QUALITÉ

DES PARTENARIATS JUDICIEUX ET  
DES PRIX JUSTES

UNE NOTORIÉTÉ IMPORTANTE  
DANS D'AUTRES SECTEURS

UNE PRÉSENCE ET UNE VISIBILITÉ  
INTERNATIONALES

- La marque jouit d'une image d'acteur qui donne de bons conseils sans être trop insistant : la force d'une expertise qui n'a pas forcément besoin de se justifier.



**Fiabilité, haute valeur-ajoutée technologique, longévité/durabilité, confiance, etc.**

# Une présence attendue sur les réseaux sociaux



- Les réseaux sociaux : un espace de communication encore peu exploité par les marques de pièces détachées automobile.
- La présence des marques du secteur sur le net: une réponse au besoin d'information.
- De fortes attentes à l'égard des marques leaders, comme Bosch : les consommateurs sont ouverts à l'idée que celles-ci se chargent de leur « éducation ».
  - Des conseils plus « professionnels » vs. les forums.

**> UNE PRÉSENCE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX DE LA MARQUE BOSCH REÇOIT UN BON ACCUEIL.**

**> UN LEVIER EFFICACE POUR ACCROITRE LA NOTORIÉTÉ ACTUELLE.**

# Quelles attentes de contenus pour la page Facebook de Bosch?

L'histoire de Bosch

- **L'ancrage historique de l'expertise de Bosch** (pièce de rechange automobile, et marché BtoC).

Des conseils et informations pratiques

- Accéder à **des tutoriaux** : des **conseils pratiques**, des informations sur les **nouvelles tendances** (*i.e.* innovations, nouvelles technologies); ainsi qu'un relai des **bons plans et promotions**.

De l'interactivité

- Se faire **un allié du consommateur** : de l'échange et de l'aide au quotidien.

> UN MOYEN D'INFORMER SUR UN MODE INTERACTIF PROPRE AU WEB (FUN, ÉCHANGES ENTRE PAIRS, DIRECTEMENT AVEC BOSCH, ...)



# Comment créer de la proximité entre la marque et ses consommateurs?

## > LA PROXIMITÉ, AU CŒUR DES ATTENTES.

- Une préférence pour des contenus personnalisés, pour un ton « ludique »

## > UN E-AMBASSADEUR EN MESURE D'INCARNER LE LIEN ENTRE LA MARQUE ET LES CLIENTS.

- Un passeur de savoir sur l'histoire de l'entreprise. L'image d'une marque proche des préoccupations de ses clients.
- Une caution professionnelle et une valeur-ajoutée par rapport aux forums (crédibilité et légitimité ++).
  - Une incarnation de la proximité en cohérence avec l'image de Bosch:
    - Mise en scène des produits de la marque.
    - Mise en valeur du sens du service porté par Bosch.
    - Choix d'un ton décalé dans les prises de parole.



## Chiffres clés



→ Internet touche **3/4** de la population française (48 millions de personnes)



→ **53%** de la population utilise un smartphone



→ **29%** de la population utilise une tablette (+ 132% en un an )

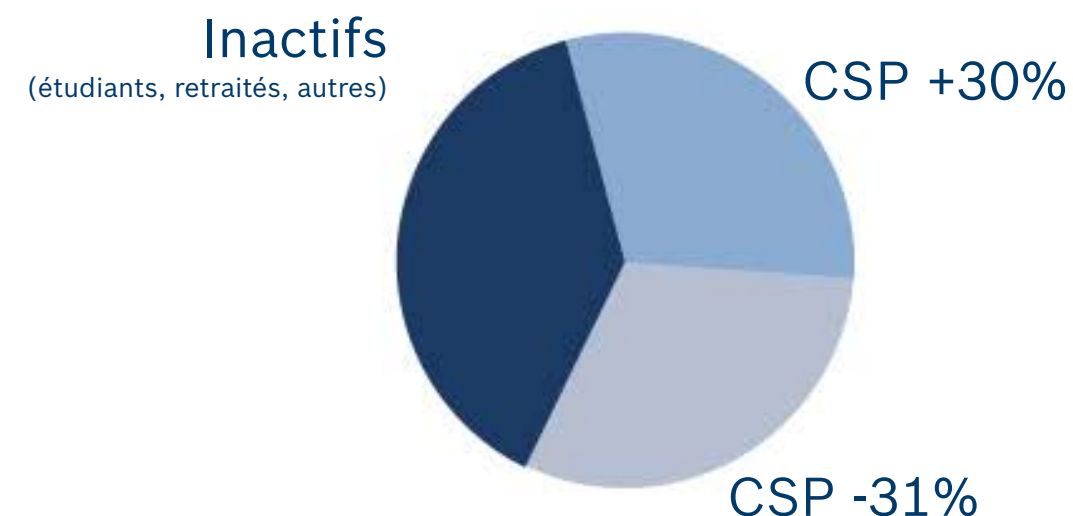
Sexe



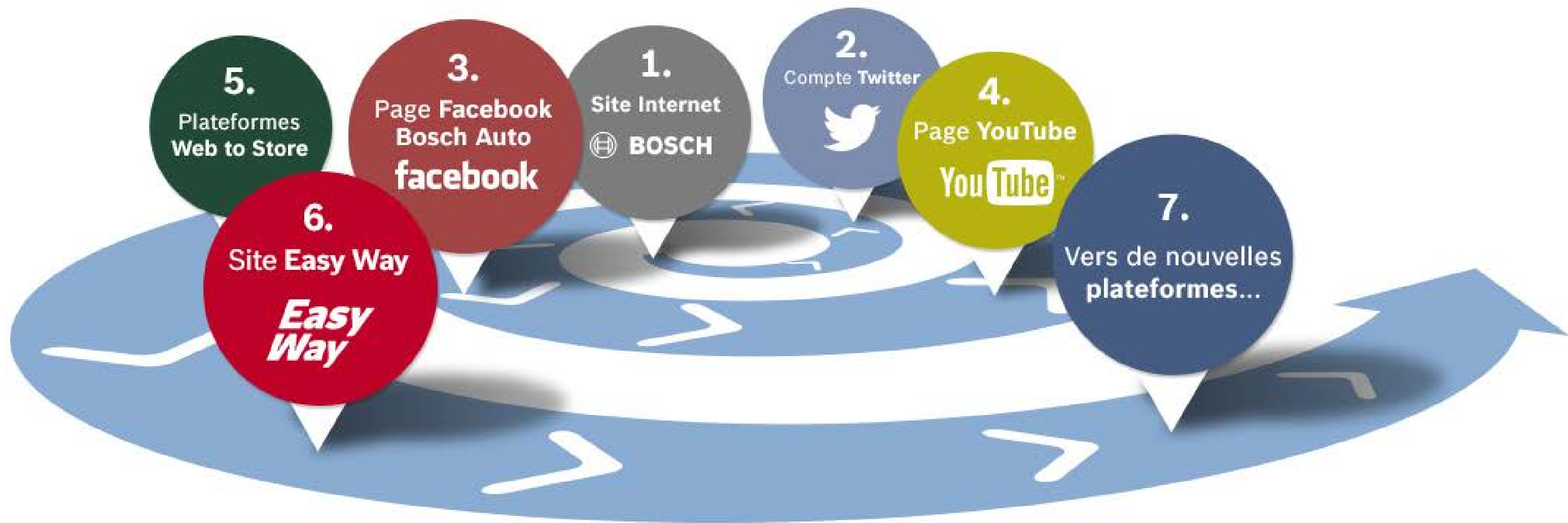
Temps passé/mois/internaute

**37h 43mn 41s**

Catégorie socio-professionnelle

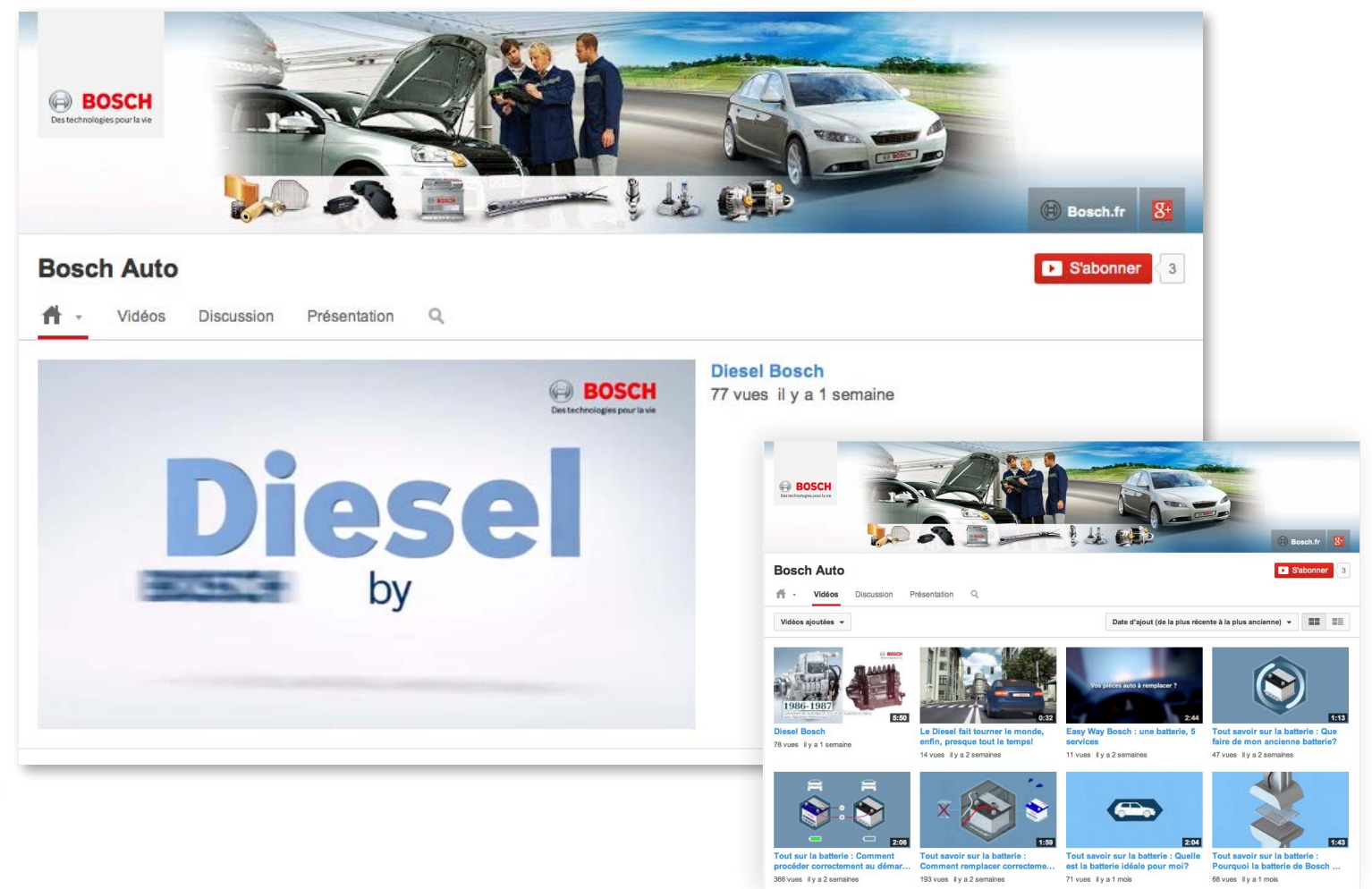


## Ecosystème global





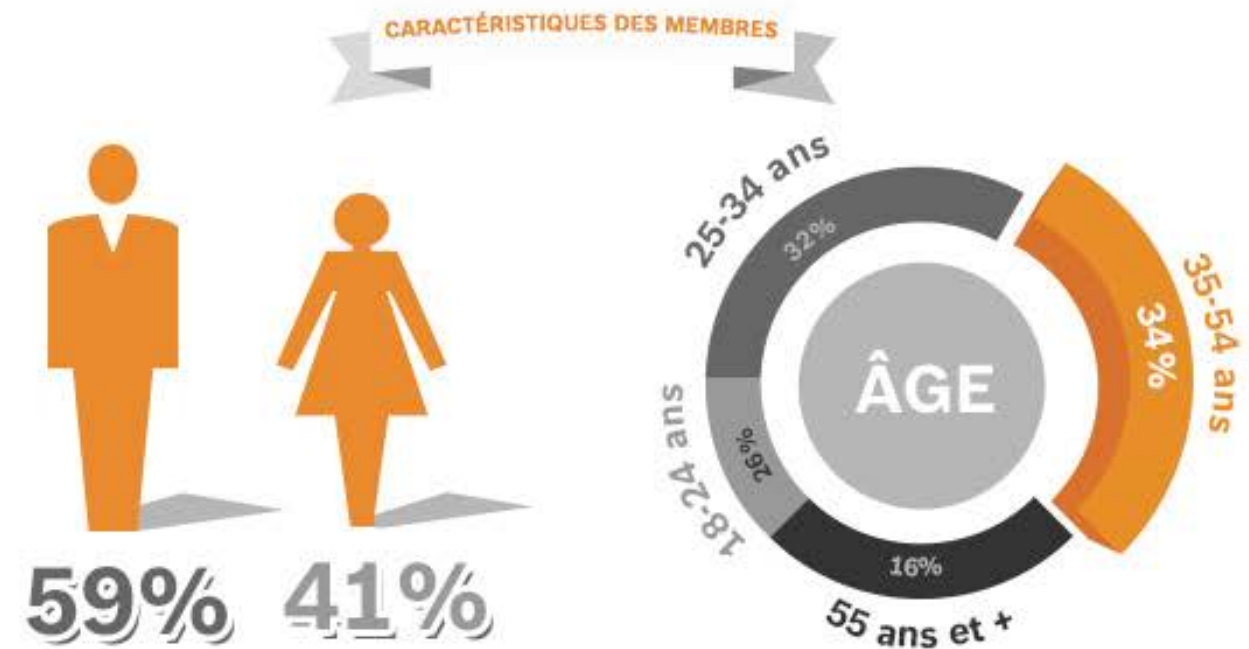
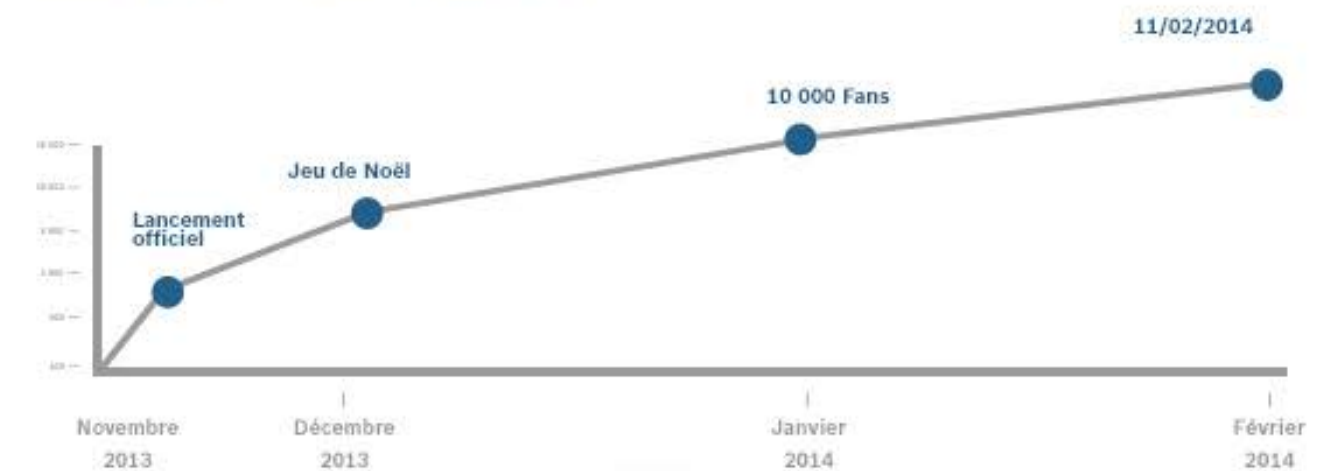
## Focus Site Internet et YouTube



## Focus Facebook



**15 037** 👍 Membres au total





## Content

### → Marque



### → Content marketing



### → Web to store





## Application Géolocalisation Facebook



Bosch Auto OÙ trouver nos produits ? J'aime

**Géolocalisez-vous**  
En cliquant ici  
OU  
indiquez une adresse  
Paris  
Validez

**Affinez votre recherche**  
(optionnel)

Choisissez votre enseigne :  
 Autobacs  
 Bosch Car Service  
 Bosch Diesel Center  
 Bosch Diesel Service  
 Euromaster  
 Feu Vert  
 Point S

Et/ou votre famille de produits :  
 Bougies de préchauffage  
 Bougies d'allumage  
 Balais d'essuie-glaces  
 Filtration  
 Plaquettes de frein  
 Disques de frein  
 Batteries

**Résultat(s) de votre recherche \***

Points de vente à proximité :

- 1** MONTMARTRE AUTOMOBILES  
98 Rue Lamarck  
75018, Paris  
01 42 55 15 15
- 2** EUROMASTER PARIS 17 - CENTRE AUTO V.L.  
181 TER AVENUE DE CLICHY  
75017, Paris  
01 53 06 67 00
- 3** DISCOUNT CAR INTERMARK  
27 Rue Farcot  
93400, Saint-Ouen  
01 40 11 70 R2

\* liste non exhaustive



## Les synergies entre réel et digital

→ Des outils et des mécaniques propices au **web-to-store** dans le retail

**Bosch Auto** Où trouver nos produits ? ✓ J'aime

**BOSCH**  
Des technologies pour la vie

**Géocalisez-vous**  
En cliquant ici

OU

**indiquez une adresse**  
Paris

Validez

**Affinez votre recherche** (optionnel)

Choisissez votre enseigne :

- Autobacs
- Bosch Car Service
- Bosch Diesel Center
- Bosch Diesel Service
- Euromaster
- Feu Vert
- Point S

Et/ou votre famille de produits :

- Bougies de préchauffage
- Bougies d'allumage
- Balais d'essuie-glaces
- Filtration
- Plaquettes de frein
- Disques de frein
- Batteries

**Résultat(s) de votre recherche \***

Points de vente à proximité :

- 1** MONTMARTRE AUTOMOBILES  
98 Rue Lamarck  
75018, Paris  
01 42 55 15 15
- 2** EUROMASTER PARIS 17 - CENTRE AUTO V.L.  
181 TER AVENUE DE CLICHY  
75017, Paris  
01 53 06 67 00
- 3** DISCOUNT CAR INTERMARK  
27 Rue Farcot  
93400, Saint-Ouen  
01 40 11 70 R2

\* liste non exhaustive



**AUTOBACS**  
LE N°1 MONDIAL DU CENTRE AUTO

**-50%** sur le freinage (plaquettes, disques et kits)

**-25%** sur les bougies SUPER, SUPER 4 et préchauffage

**-25%** sur les batteries S4 et S5

Chargeur C3 **49,95** au lieu de **59,95**

**BOSCH**



## Promotions relayées sur Facebook





# Conférence de Presse Communication Digitale

→ Des outils et des mécaniques propices au **web-to-store** dans le réseau traditionnel



Bénéficiez de **8€** remboursés sur votre batterie Bosch

en de plus simple, inscrivez-vous en 1 clic !

Profitez de l'offre en avant première

et profitez d'une année d'extension de garantie et des autres services du programme

**Easy Way**

Des technologies pour la vie

Mon compte

Les batteries

Easy Start

Easy Garantie

Easy Tech

Easy Promotion

Easy Recycle

Points de vente

Un programme tout inclus pour se faciliter la route

Découvrez tous ces avantages en vidéo

Les batteries

Bien sélectionner sa batterie

Easy Tech

Test de batterie

Easy Start

Assistance non-démarrage

Easy Garantie

Extension de garantie

Easy Promotion

Offre de remboursement différés

Easy Recycle

Que faire de votre ancienne batterie ?

Pour profiter des services Easy Way

Enregistrez-vous

Trouvez un point de vente près de chez vous



4-

## Conclusions

Questions / réponses





**Merci**  
pour votre attention

