



RENAULT
Passion for life

Renault Store - Guide d'application

Le digital



Sommaire

Généralités

Présentation générale	4
Recommandations pour le format L	5
Recommandations pour le format M	6
Recommandations pour le format S	7
Synthèse	8

Principes techniques

Pré-requis techniques	10
Schéma Ethernet / Réseau wifi	11
Stratégie editoriale des contenus diffusés	13
Formation	14
Totem d'accueil	15
Tablette d'accueil	16
Le bar de Marque	18
Le mur de Marque	19
La tablette vendeur	20
Le configurateur	21
Le totem Renault Sport	22
L'écran Accueil Service	23
Solution centrale VS solution locale	24

Généralités



Présentation générale

La digitalisation des showrooms est un outil efficace pour :

- Véhiculer de façon dynamique le discours de la Marque
- Aider à vendre plus et mieux

Elle permet d'offrir à nos clients une expérience interactive tout au long de sa visite

- Permettre au client de faire une nouvelle expérience avec la Marque
- Générer du business additionnel, par une présentation des produits ou des services
- Renforcer les opportunités de contact avec nos clients



Recommandations pour le format L

LARGE

format «l» +/- 600 M²



Recommandations pour le format M

MEDIUM

format «M» +/- 400 M²



+  HOTSPOT WI-FI

+  TABLETTE VENDEUR

Recommandations pour le format S

SMALL

format «S» +/- 200 M²



Synthèse

ÉLÉMENTS	FORMAT L	FORMAT M	FORMAT S	
	Obligatoire	Obligatoire	Obligatoire	Optionnel
Totem d'accueil	■	■	■	
Mur de Marque	■	■	■	
Lounge digital	■	■	■	
Bar de Marque	■	■		■
Configurateur	■	■	■	
Ecran Accueil Service	■	■	■	

Principes techniques



Pré-requis techniques

- Débit descendant dédié de 3 Mbit/s minimum pour l'usage de 1 à 7 tablettes pour couvrir les besoins de plusieurs vendeurs simultanément, la PLV dynamique (contenus vidéos / digitaux), les tablettes bar de Marque et le hotspot client.
 - Pas de préconisation de débit montant (connexion asymétrique OK)
 - Pas de besoin d'accès au réseau interne de l'affaire
- Ligne dédiée pour l'ensemble de la solution (ou ligne dédiée du programme ConTact)
- Wifi sur la zone « lounge digital », couvrant la totalité de la surface du showroom; si besoin borne couvrant également l'accueil Service si séparé du showroom
- Solution de :
 - MDM pour les tablettes bar de Marque (déjà comprise dans la solution centrale, à trouver sinon)
 - Gestion et diffusion des contenus vidéos (déjà comprise dans la solution centrale, à trouver sinon)
 - Voir le cahier des charges techniques sur la gestion des contenus diffusés pour plus de détails*
- Sur l'écran Service, un développement spécifique pour interfacer la solution locale avec le DMS concerné (affichage des Rdv clients)

Installation / déploiement : Voir le cahier des charges techniques sur les composants IT pour plus de détails sur l'infrastructure réseau et celui de chaque mobilier pour leur installation et leur câblage électrique.

Stratégie éditoriale des contenus diffusés (vidéos / digitaux)

Comité éditorial showroom

Le showroom est un magasin qui doit être efficace, permettre de vendre plus et de vendre mieux. Il est impératif que la communication sur le lieu de vente suive les étapes de la vie de l'Entreprise, ce qui signifie que cette communication, qu'elle soit physique, vidéo ou digitale, doit être changée régulièrement : c'est ce que l'on appelle le merchandising sur le lieu de vente.

La mise en place d'un comité éditorial merchandising au niveau du pays, comité réunissant marketing, après-vente, digital et réseau, permet d'établir un plan merchandising, à savoir un plan commercial à trois mois selon l'actualité de la Marque sur les différents supports physiques, vidéos et digitaux (cf. guide d'application «communication showroom»).

Sur les supports vidéos et digitaux en particulier, ce comité va définir la politique éditoriale et identifier les besoins spécifiques de développement et d'adaptation en termes de :

1 Video :

- Mur de Marque :

Ex : Publicités, films de Marque et actualités etc.

- Écran Accueil Service :

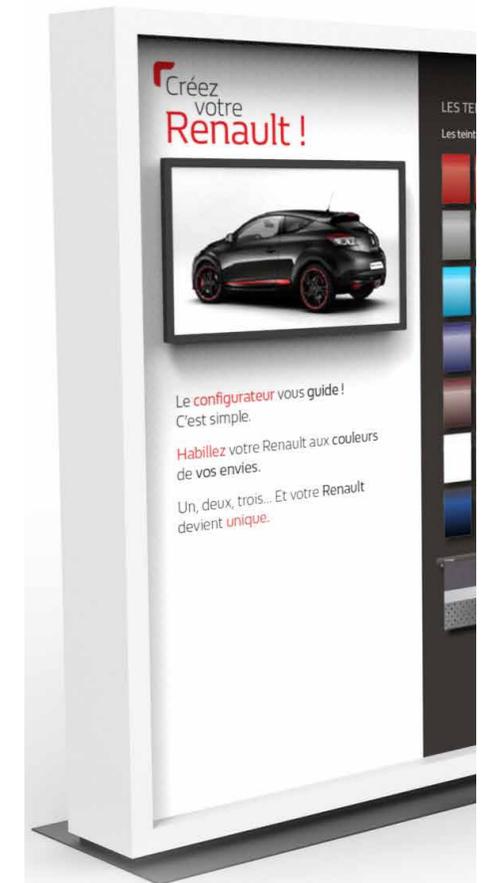
Ex : Offres accessoires et promotionnelles

- Écran de veille du configurateur :

Ex : films découverte produit

2 Stratégie mobile / apps sur les tablettes du bar de Marque

La mise à jour des différents supports de communication et leur suivi sont sous la responsabilité des directions émettrices et à coordonner au sein de ce comité. C'est la garantie que le concessionnaire puisse maximiser l'efficacité de son showroom.



Formation

Formation filiale

Les intervenants filiales doivent être formés à l'utilisation des différents outils :

- Outil de gestion des contenus vidéos et/ou digitaux (par le fournisseur)
- Elaboration et mise à jour des playlists
- Management des communications réseaux
- A noter : formation prévue dans le cadre de la solution centrale, à développer sinon

Les intervenants réseaux dans le cadre de la formation Renault Store

- Prévoir une communication réseau et un accompagnement régulier pour le déploiement de nouveaux contenus et outils.



Totem d'accueil

Fonction :

- Le totem est le premier point de contact pour un client qui souhaite visiter le showroom seul. Il permet aussi de présenter l'équipe et les services.

Hardware :

- Ecran 32 pouces + boîtier multimedia + câblage

Contenu écran Totem :

- Trombinoscope équipe et services



Tablette d'accueil

Fonction :

- La tablette est un outil d'accompagnement pour l'accueil du client :
 - accueil et orientation de façon personnalisée,
 - réponse à différents besoins hors situation d'achat,
 - récupération des coordonnées clients.

Hardware :

- Tablette

Contenu tablette accueil :

- (Resp. Service Outils, Méthodes et Référentiel)
- Fiche client avec nom, prénom... (lien DMS) (Filiale)
- Planning d'essai VN, Planning de livraisons VN (Filiale)
- Planning de RdV Atelier
- Contrat de prêt
- Accès au site Renault / My Renault (Filiale)
- Accès Internet pour numéros utiles
- Messagerie



La borne wifi showroom

Fonction :

Réseau wifi pour tablettes bar de Marque, tablettes vendeur et hotspot client

Hardware :

La borne wifi du Showroom diffuse 3 SSID managé par le routeur Digital :

- Le réseau wifi « Vendeur » sur le WLAN 1 ■
- Le réseau wifi « Bar Client » sur le WLAN 2 ■
- Le réseau wifi « Hotspot client » sur le WLAN 3 ■



Le bar de Marque

Fonction :

- Proposer un contenu interactif au client autour de la Marque, dans un espace de détente, et lui faire vivre une nouvelle expérience de façon autonome autour de la Marque Renault

Hardware :

- Tablettes (3) avec système de management (MDM) + câblage

Contenu (sous réserve de disponibilité locale) :

- Configurateur Contact – sous réserve de disponibilité, visualisateur le cas échéant (Central)
- Apps Marque et valeurs de la Marque (Central et Filiale)
- Simulateur autonomie Z.E. (Central selon plan produit), Démonstrateur produit p.ex. R-Link (Central)
- Application stratégie de contact (Central et/ou Filiale)
- Accès au site internet mobile (Filiale)
- Accès e-guides (Central)



Le mur de Marque

Fonction :

- Point focal de l'identité de Renault, visible dès l'entrée, il crée un espace d'attente active dans le showroom.
- Le client peut y voir des films informatifs sur Renault et ses produits.

Hardware :

- Un moniteur pro 55 pouces + boîtier multimedia + câblage
- Apple TV – sous réserve de disponibilité de la fonctionnalité (pour projeter une configuration depuis la tablette vendeur)

Contenu :

- Film produits, nouveautés, actualités (Central ou Filiale)
- Film Marque (évolution du logo dans le temps, histoire de Renault, Innovation, valeurs de la Marque etc.) (Central ou Filiale)
- Film Renault F1 (Centrale ou Filiale)
- Film de communication sur les opérations à venir, OPO etc. (Filiale) - hors films promotionnels.



La tablette vendeur

Fonction :

- La tablette est l'outil de présentation de la gamme Renault à nos clients.
- Il permet de fluidifier la relation avec le client lors de la phase de découverte de ses besoins et doit favoriser la montée en gamme et la vente additionnelle.

Hardware :

- Tablette avec système de management (MDM)
- Apple TV avec le mur de Marque - sous réserve de disponibilité de la fonctionnalité (pour projeter une configuration depuis la tablette vendeur)

Contenu (sous réserve de disponibilité locale) :

- Version B2B de Contact – sous réserve de disponibilité (Central)
- Démonstrateur R-Link / R-Link2 (Central)
- Démonstrateur R&GO (Central)
- Simulateur Autonomie Z.E. (Central)
- Renault Virtual Academy v.2 (Central)
- Fiches gamme (Central)
- Cascade d'équipement (Central)
- Catalogue Accessoires (Central)



Le configurateur

Fonction :

- Cet écran tactile multi touch en libre accès, permet au client autonome ou accompagné de découvrir la richesse de la gamme Renault (véhicules particuliers) et des options véhicule dans la meilleure définition.
- Il favorise la vente additionnelle et la montée en gamme.

Hardware :

- Ecran 32 pouces multi-touch + boîtier multimedia + câblage

Contenu (sous réserve de disponibilité locale) :

- Version Desktop de Contact B2C (Central)
- En mode vieille :
 - Film Catalogue accessoire (Central et/ou Filiale)
 - Film produits (Central et/ou Filiale)
 - Film Marque (Central et/ou Filiale)
 - Film local sur des promotions en cours (Filiale)



Le totem Renault Sport

Fonction :

- Il permet au client de voir en dynamique la richesse de la gamme Renault Sport et ses évènements
- Pôle Renault Sport : sous réserve d'homologation Renault Sport

Hardware :

- Ecran 42 pouces + boîtier multimedia + câblage

Contenu :

- Films Renault Sport (Filiale selon les recommandations de Renault Sport Technologies)



L'écran Accueil Service

Fonction :

- Le client peut visualiser sur cet écran la liste des rendez-vous et voir les promotions en cours et les offres spéciales.

Hardware :

- Ecran 42 pouces + Player (pour les films) + câblage

Contenu :

- Affichage des Rdv clients (Filiale – interfaçage avec le DMS à prévoir)
- Contenu pédagogique, p.ex. « La minute entretien » (Filiale et/ou Central)
- Films d'animation sur le catalogue Accessoire (Central et/ou Filiale)
- Films promotionnels (Central et/ou Filiale)



Solution centrale VS solution locale

Seule la solution centrale pourra être assistée techniquement par la Digital Factory

SOLUTION CENTRALE

- Solution clé en main
- Gain de temps
- Solution validée techniquement
- Image de marque maîtrisée
- Économies d'échelle
- Peu ou pas d'adaptation locales
- Perte en réactivité
- Fournisseur non représenté (Turquie)

SOLUTION LOCALE

- Proximité des équipes
- Meilleure adaptation aux contraintes locales
- Autonomie dans la gestion du fournisseur
- Solution hétérogène sans support technique central
- Risque image de Marque (suports et médias)
- Mobilisation de ressources = 110 jours/homme
- Solution de Mobile Device Management et diffusion des contenus vidéos (à trouver)
- Coût non globalisé