Panasonic CONNECT

CASE STUDY

Toyota révolutionne le concept du commerce digital dans ses showrooms grâce aux écrans Panasonic

Grâce à Internet, les clients sont aujourd'hui plus informés que jamais et se présentent dans les showrooms avec toutes les cartes en main, ne venant chercher auprès des experts que les ultimes conseils avant de prendre leur décision finale. Chez Toyota, on ne déroge pas à cette règle.
« Pendant longtemps, Toyota a été reconnue pour son concept de showroom le plus sophistiqué du marché et son service client très performant. Même si c'est encore le cas, nous avons senti que notre environnement physique de commerce de détail avait besoin de se moderniser pour entrer dans l'ère digitale dans laquelle nos clients vivent au quotidien », explique Kirsten Raman, Directrice du développement réseau chez Toyota Motor Europe. « Cette métamorphose s'est accompagnée d'une évaluation de la façon d'aborder la digitalisation et d'une réflexion sur le rôle le plus approprié à donner à nos équipes en showroom. Si nous souhaitons créer et favoriser des expériences plus immersives pour nos clients en les guidant tout au long de leur démarche, les points de contact physiques, humains et digitaux doivent être considérés comme un ensemble dans nos showrooms. »

Une plongée dans l'expérience digitale
Pour créer cette expérience en showroom, Toyota a intégré des composantes digitales. D'une part, des stands digitaux dédiés aux spécifications produits ont été placés dans le showroom à côté des points stratégiques, souvent représentés par les tout nouveaux modèles. Ces stands permettent aux clients d'évoluer à leur rythme dans le showroom. D'autre part, les tablettes des vendeurs ont été équipées d'une application spécifique leur permettant de configurer la voiture idéale avec le client et de consulter des vidéos pertinentes sur la technologie et les produits. Cette application a été conçue pour pouvoir afficher à tout moment le contenu de la tablette sur l'une des différentes stations totems TV disponibles dans le showroom.
« Ces totems TV associés à l'application que les vendeurs ont sur leurs tablettes sont les points forts de notre concept digital », poursuit Kirsten Raman. « Si les écrans ne sont pas utilisés par les vendeurs, ils sont utilisés pour la signalisation digitale ou la diffusion en direct de vidéos sur la gamme et les services de Toyota, à partir d'une sélection configurée de façon centralisée.

Haute luminosité et réseaux locaux puissants
Pour équiper ces totems TV, Toyota a choisi d'utiliser des écrans de 32, 42, 43 et 65 pouces de la gamme LFE de Panasonic pour une meilleure luminosité. Ce choix a été essentiellement motivé par la qualité des produits Panasonic, tant en termes de résolution que de niveaux de luminosité et de netteté des images.
« De plus, nous savions que Panasonic possédait un solide réseau de distributeurs dans tous les pays dans lesquels nous allions installer le nouveau concept de showroom », explique Kirsten Raman. « Ils disposaient d'une expertise logistique et de personnes présentes au niveau local pour garantir une livraison dans les temps. C'est un véritable atout surtout pour des projets de cette ampleur, puisque l'on parle d'environ 2 100 showrooms répartis dans 28 pays à travers l'Europe. Ce niveau de service était vital pour nous car il nous offrait la garantie que le déploiement serait terminé dans les délais impartis et sans le moindre problème. »

Le déploiement européen a commencé en 2015 et devrait se terminer d'ici 2017. Il couvre les principaux marchés comme l'Italie, la France, mais aussi le Kazakhstan et Israël. Le déploiement en lui-même s'articule autour de deux grandes phases. Une première phase, composée de 2 200 écrans Panasonic, a débuté en 2014 et s'est terminée fin 2015.
« La principale raison de ce lancement en deux phases était la sortie de la nouvelle Toyota Aygo », précise Kirsten Raman. « Comme il s'agissait d'une voiture offrant de nombreuses opportunités de personnalisation, le réseau devait être prêt à la présenter de façon immersive et digitale. Comme nous voulions lancer le nouveau concept de showroom simultanément dans toute l'Europe, nous étions ravis que Panasonic puisse fournir et livrer les écrans nécessaires dans un court délai afin de faciliter le lancement du concept dans les différents pays et showrooms locaux, de façon coordonnée avec la sortie de l'Aygo. Le déploiement des autres écrans est actuellement en cours et se terminera d'ici 2017. »

Panasonic CONNECT

CASE STUDY Toyota révolutionne le concept du commerce digital dans ses showrooms grâce aux écrans Panasonic

Une expérience client inédite

Grâce à la mise en place de ces nouveaux écrans, le concept de showroom de Toyota est fin prêt pour l'ère digitale et, surtout, Toyota peut accompagner ses clients dans cette nouvelle expérience dès leur arrivée au showroom. Ce concept favorise également l'implication des clients car ils ont désormais le sentiment de créer eux-mêmes leur voiture personnalisée.

« Une fois qu'ils ont choisi un modèle, le vendeur peut afficher l'application directement sur les écrans et assister les clients dans la personnalisation de leur voiture et dans le choix de la couleur, de la garniture intérieure et des accessoires, tout en leur délivrant des informations », ajoute Kirsten Raman. « L'expérience est sublimée grâce aux écrans Panasonic qui offrent une restitution parfaite de la couleur de la voiture. Par rapport à une brochure, le modèle choisi dans la couleur souhaitée est affiché en haute qualité sur un grand écran, ce qui rend l'expérience plus attrayante pour le client. Nous voulons donner au client un véritable aperçu de ce que sera sa voiture à sa livraison. »

« Globalement, le nouveau concept digital associé aux écrans Panasonic a apporté une nouvelle dynamique dans nos showrooms », conclut Kirsten Raman. « Nous n'avons plus besoin d'utiliser les brochures papier classiques pour informer le client. En revanche, nous lui offrons un outil sophistiqué ultra-moderne. De plus, le client est plus impliqué pendant cette aventure et a le sentiment qu'il achète une voiture qu'il a créé en fonction ses exigences. »

© 2024 Panasonic Connect.