

NUMÉRO SPÉCIAL

# SOLUTIONS



www.solutions-numeriques.com

Février 2016



BIMÉTRIÉL N°0086 • FÉVRIER 2016 • P. 100 €

## Améliorez votre IPBX

Réduisez les coûts, augmentez les profits

### ➤ 3CX Phone System

- Basé sur logiciel : facile à installer
- Administration facile via l'interface web
- Bon marché à l'achat et à l'évolution
- Virtualisable avec Hyper-V/VMware
- Utilisation du matériel existant
- Diminuez vos coûts grâce aux trunks SIP et aux clients mobiles
- Visioconférence intégrée basée sur le WebRTC



WWW.3CX.FR  
+33 1 84 88 51 00



# 22 champions de l'adaptation digitale

P.22



## 2016, L'ANNÉE de la TRANSFORMATION NUMÉRIQUE

### e-PUBLIC

P.55

L'État, les Collectivités font leur révolution



Henri Verdier, le nouveau DSI de l'État s'explique

# Feu Vert

## Un modèle omni-canal performant

Dans le cadre d'« Audace 2016 », mis en place en 2013, l'accélération digitale est en marche chez l'enseigne de centres auto.



**R**efonte complète de la plateforme Web, et de son espace client, avec avis des consommateurs publiés sur Internet et installation d'un call-back, mise en place d'un planning informatisé dans les centres auto, versus des supports physiques auparavant, élargissement de l'offre de produits et de services, projet de PIM (Product Information Management) pour compléter le système de codification, de référencement et d'enrichissement de la donnée marketing produit, remaniement de l'outil gestion d'entrepôt et de gestion commerciale d'entrepôt, mise en place de modules cross-canal pour les clients et les collaborateurs sur la révision et sur le freinage... : à écouter **Vincent Claisse**, responsable Digital & eBusiness de Feu Vert, égrener toutes les réalisations de l'enseigne, on se dit que l'entreprise n'a pas chômé. Voici quelques-unes des actions engagées les plus marquantes.

### 1,2 million d'internautes

Depuis septembre 2014, Feu Vert, longtemps en retrait sur le Web, a rattrapé son retard : il s'est doté d'un nouveau site-

vitrine Internet, [www.feuvert.fr](http://www.feuvert.fr), qui est visité chaque mois par 1,2 million de Français en moyenne, dont 40 % se connectent avec leurs smartphones ou tablettes. Avec 60 à 80 % des clients de l'entretien auto qui consultent Internet avant d'acheter, la nécessité d'une présence forte était nécessaire et évidente. Ce site a été conçu pour connecter chaque centre Feu Vert avec ses clients locaux : à son arrivée sur le site, l'internaute est géolocalisé et invité à choisir son centre le plus proche. A sa portée, les prix, la disponibilité, les offres produits et services, les avis des clients, un call back pour se faire rappeler rapidement par le centre auto le plus proche de chez lui après avoir complété un formulaire pré-rempli, et un planning de rendez-vous. Lorsque le produit choisi est disponible en stock, le client peut alors le réserver pour un retrait express en 2 h. A la fin septembre 2015, le chiffre d'affaire e-business facturé avait ainsi progressé de 117 %. De nouveaux services devraient être proposés aux clients, comme le paiement d'un devis envoyé par leur centre-auto directement depuis l'email reçu.



> Vincent Claisse



### La digitalisation des points de vente

Pour ses centres automobiles, Feu Vert a ainsi mis en place, en s'appuyant sur Hub One, une infrastructure Wifi à la demande sécurisée qui donne un accès à l'Internet haut débit aux collaborateurs ainsi qu'aux clients via des hotspots Wifi. « 7 centres succursales et leurs techniciens sont d'ores et déjà équipés de tablettes portables en atelier », précise **Franck Bonnassieux**, Responsable Exploitation Feu Vert. Elles servent à recevoir en direct les ordres de réparation affectés et les fiches de diagnostics préalables, qui sont à compléter d'un commentaire grâce à un stylet. Elles sont ensuite retournées remplies avant le début des prestations, via Wifi, aux caisses accueil montage. Elles servent également à mettre à jour en direct les remises à zéro, les maintenances et les codes défauts.

Dans les centres, l'Internet haut débit via Wifi permet aussi de proposer de nouveaux services mobiles aux clients finaux : renseignements produits sur les bornes tactiles, orientation dans la recherche, diffusion de spots publicitaires, démonstrations produits, achat immédiat, etc.

### Une commande client à 360°

Pour poursuivre sa révolution digitale, Feu Vert a lancé le projet Livraison Client 360° pour être livré où on le souhaite, extrêmement rapidement, depuis une commande passée sur





> Bientôt, une appli mobile pour les clients

 **Partage d'expérience**

Internet ou en centre auto. « On va reprendre tous les processus de la commande client qu'elle soit faite en magasin, au téléphone, sur Internet... », indique Vincent Claisse. L'enseigne a défini 4 objectifs majeurs : le traitement des dysfonctionnements existants des commandes e-commerce, la mise en place d'un nouveau modèle unifié et omni-canal des commandes clients, la fiabilité des informations commu-

niquées aux clients, et l'enrichissement des services proposés. Le chantier va s'étaler jusque fin septembre 2016. A venir une application mobile, « pour avoir Feu Vert dans sa poche, avec ses factures, ses devis, prendre rendez-vous, avoir un suivi de son véhicule... », précise Vincent Claisse, qui parle encore de la refonte du CRM et de mille autres petits chantiers. Une entreprise et une équipe sacrément ambitieuses ! ■

## **Une infrastructure de cloud hybride pour soutenir la stratégie digitale**

L'infrastructure repose sur un cloud privé hébergé chez Cheops Technology, tandis que feuvert.fr, la « vitrine » de l'entreprise est hébergée sur Microsoft Azure. Vincent Burlet, DOSI de Feu vert, précise le fonctionnement de ce cloud hybride :

« La stratégie digitale de Feu Vert s'est accompagnée de la mise en œuvre d'une architecture orientée service qui assure la convergence du SI des centres auto et de la vitrine e-commerce feuvert.fr. Pour cette dernière, c'est plus de 100 000 appels de web-service quotidien : historique de transaction, SMS, e-mail de confirmation, prise de rendez-vous, affectation de pièce, compte fidélité... »

Côté infrastructure, nous avons fait le choix d'un cloud public pour le site internet. Nos applicatifs cross-canal sont eux portés par l'offre cloud de Cheops Technology. Ces choix d'hébergement nous offrent disponibilité, souplesse et surtout agilité dans la mise en œuvre de notre stratégie digitale. Pour compléter ces dispositifs, une solution de centralisation des logs nous permet à la fois une supervision pro-active mais surtout une exploitation des données machines orientée métier avec des leviers de création de valeur. » ■

> Vincent Burlet

