

16/01/2012

Business Lab pilote la nouvelle mobilité de Peugeot !

Business lab prouve une fois de plus sa maîtrise des stratégies digitales en gagnant la confiance d'un client emblématique : Peugeot ! Imaginant tout d'abord une toute nouvelle charte digitale en résonance avec les nouvelles orientations plus premium de la marque au Lion, l'agence a aussi réfléchi au parcours utilisateur et à la reconsidération de sa propre mobilité à travers la visite des sites du constructeur. En résulte une innovation pour le moins étonnante qui ne présente plus une simple vitrine automobile mais une entrée globale vers la triple offre service – véhicules- espace perso de Peugeot. Un « hub » dédié à l'utilisateur et à la gestion active de sa mobilité !

Peugeot a changé. Plus féline, plus racée, plus premium, la marque revoit peu à peu le design de ses véhicules et avec eux, de ses différents sites vitrines ! Inspirée par ce nouvel élan, Business Lab a accompagné la montée en gamme visuelle et fonctionnelle de l'ensemble de l'écosystème digital de Peugeot. On y redécouvre la marque à travers une charte graphique plus immersive et épurée au service d'une toute nouvelle expérience de navigation.



A l'aube de cette renaissance de la marque sur Internet, pouvait-on encore offrir à l'internaute une simple vitrine de véhicules ? Reconsidérant le parcours de l'internaute et ses attentes nouvelles en terme de mobilité, l'agence a imaginé en lieu et place de www.Peugeot.fr un véritable portail installant l'offre globale de la marque : le choix du(des) véhicule(s) les plus adaptés à ses déplacements, des services de financement, d'entretien et d'assistance mais aussi l'accès direct à son espace client, véritable centre névralgique de la mobilité en temps réel.

Ainsi le tryptique Services, Véhicules, My Peugeot organise une rencontre plus moderne et plus actuelle entre la marque et les attentes de l'internaute, tout en lui faisant redécouvrir une partie de l'offre trop souvent oubliée. Plus qu'un véhicule, l'internaute se constitue ici une solution de mobilité globale.

Le hub repose sur 3 piliers fondamentaux

1/ LE PILIER « VEHICULES »

Scooters, cycles, véhicules de location... Les voitures partagent désormais la vedette de la home du site avec le reste de l'offre véhicules.

De plus, une large place est laissée aux **opérations promotionnelles** à travers un onglet événementiel. Ce pilier regroupe également des **accès directs aux sites Occasions du Lion, Environnement & Accessoires**.

Les 3 sites véhicules ont particulièrement été réfléchis :



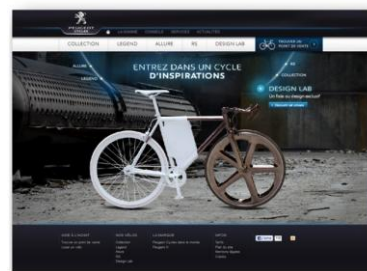
- **Le site Peugeot voitures - « La mobilité magnifiée en voiture »** : Porte-drapeau de la marque, le site optimise chacun des choix de l'internaute en favorisant toujours le contact en vue d'un essai en concession.

- **Le site Peugeot Scooters - « une mobilité de tous les rendez-vous »** : la mobilité se décline ici à l'échelle d'une

journée et d'un enchaînement de séquences, avec la création d'un « moteur » d'inspiration afin de guider les prospects selon leurs attentes

* Hub = un carrefour, un nœud, un point central, une plaque tournante qui assure par sa concentration un maximum de correspondances.

- **Le site Peugeot Cycles - « Inspirer une nouvelle mobilité »** : Showroom de l'innovation cycle de Peugeot, le site permet aussi de découvrir en toute logique, le service Mu by Peugeot.



Côté réseaux sociaux, on notera le soin particulier de la marque à optimiser les échanges avec sa communauté et le partage des choix de l'utilisateur tout au long de son parcours.

2/ LE PILIER « SERVICES » - « La mobilité, de la propriété à l'usage »



Les services constituent un objectif business majeur pour les constructeurs avec une large gamme d'offres : LLD, mise à jour de cartographie, forfait entretien mais aussi service après-vente. Le site offre ainsi un nouvel éclairage sur l'éventail des propositions de la marque **afin d'en valoriser la valeur d'usage et d'orienter la préférence vers les produits et services du réseau.**

Parmi ces services, l'offre **Mu by Peugeot** (location), occupe une place de choix dans les alternatives mobilité proposées aux utilisateurs Peugeot.

3/ LE PILIER « MY PEUGEOT » - « Inventer la mobilité enrichie »



Dans la réflexion globale amenée par l'agence, l'espace perso occupe une position centrale. Plus qu'un simple rappel d'entretien, le nouveau site Mypeugeot.fr devait accompagner l'internaute dans sa mobilité...voire même l'enrichir **avant pendant et après chaque séquence de déplacement.**

MyPeugeot.fr propose ainsi, en plus des rendez-vous en ligne, des services d'entretien de mon véhicule comme support initial de mobilité, mais aussi des **services en mobilité en interaction avec la « vraie vie »** (points d'intérêts sur mon parcours, parking, carburants, divertissements, avantages chez des partenaires lors de mes déplacements (-10% chez Accor par exemple ...). Et parce que la mobilité ne connaît pas de temps mort, MyPeugeot se pilote aussi depuis son mobile ou son Ipad.

Un enrichissement stratégique du site initial puisqu'il participe aussi à la démarche de fidélisation chère à la marque et à son réseau.

Business lab en bref...

Business Lab est une agence de communication 360° à forte expertise DIGITAL composée de 65 profils spécialisés/passionnés.

Solidement implantée dans le marché depuis 1998, Business Lab est reconnue pour son bouquet d'expertises On / Off (Campagnes de communication, Ecosystème digital, Promo, E-business, In Store, CRM, MD, Presse, TV, Média Online...) et pour le caractère novateur des dispositifs proposés.

Clients actifs : E.Leclerc, Leroy Merlin, Peugeot, Areva, Amplifon, Adidas, OpenSkies, UCPA, Dyson, BNP Paribas, Bouygues Immobilier, Decolor Stop, Banque Casino, Brasseries Flo, SFR, Airlinair, Crédit Agricole, Fromageries Bel, Apéricube, La Vache Qui Rit, Gîtes de France, Cardif.

Votre contact presse :

Frédérique Boyer/ Adeline Kroetz, Agence Bermudes-rp

Tel. : 01 40 54 23 40 / fboyer@bermudes-rp.com / akroetz@bermudes-rp.com