

Essuyage: joli "coup de balais" de Bosch chez Norauto

jeudi, 11 janvier 2018

Norauto et Bosch viennent de conclure un partenariat dans l'essuyage. Les automobilistes retrouveront donc les gammes de balais de l'équipementier dans les centres Norauto de France, mais aussi d'Europe.



Le partenariat signé entre Bosch et Norauto concerne bien entendu les centres français, mais aussi ceux implantés en Pologne, Italie, Espagne, Portugal et Roumanie, soit 640 sites au total. Grâce à cela, les automobilistes peuvent se fournir en balais dans les gammes suivantes dans tous les centres Norauto :

- Balais conventionnels Super Plus à armature 100% métallique.
- Balais plats adaptables (ou Retrofit) Clear View spécialement conçues pour les fixations à crochet.
- Balais d'essuie-glaces plats Origine Clear View avec adaptateur spécifique.
- Balais Rear pour lunette arrière.

Une gamme pensée de A à Z pour les centres auto

Si Bosch et Norauto ont associé leur nom [dans un communiqué commun](#), c'est aussi parce qu'il ne s'agit pas là d'un simple habillage marketing. L'offre a été pensée de A à Z, allant jusqu'à impliquer les usines pour redessiner certains produits.

La conception de cette offre a en fait duré un an, dans le cadre d'une étroite collaboration entre les équipes ventes et marketing de l'équipementier comme du distributeur. Elles ont ainsi revisité non seulement les longueurs et profondeurs des gammes, les produits eux-mêmes, mais aussi tout l'accompagnement marketing : noms, packaging, ILV/PLV, stratégie de lancement, etc.

Un excellent démarrage

«Nous sommes ravis d'accompagner Norauto, leader reconnu dans le domaine de l'entretien et l'équipement automobiles avec nos produits mais également à travers toute une gamme de services adaptés : packaging spécifique, marketing digital, lancement promotionnel sur-mesure et autres actions

dédiées», se félicite Gaël Navinel, directeur commercial Retail Europe & Moyen-Orient de Bosch Automotive Aftermarket.

Pour faciliter l'identification rapide du modèle de balais correspondant à un véhicule, Bosch a développé un packaging adapté aux besoins des clients en centres auto. Le blister laisse par exemple deviner le produit et affiche la référence courte en haut de l'étui, réduisant ainsi les risques d'erreur.

Mise en place depuis trois mois dans les centres auto de Norauto, cette nouvelle offre affiche un démarrage commercial qui semble tenir toutes ses promesses. Et à en croire Bosch, pas seulement parce qu'une pluviométrie conséquente s'est opportunément penchée sur son berceau...

© Apres-Vente-Auto.com © Reproduction interdite