

WYZ Group : le futur passe par l'international

vendredi, 09 février 2018

WYZ Group, fournisseur de solutions web pour la vente et la gestion de pneumatiques maintient une croissance continue et surfe sur la signature de partenariats qui dépassent aujourd'hui largement le cadre hexagonal. Avec pour prochaine destination le marché allemand...



Sabine Fetu, directrice stratégie après-vente Toyota Motors Europe, et Pierre Guirard, président et fondateur de WYZ Group, annonçant le déploiement paneuropéen d'un outil digital dédié aux pneumatiques pour le réseau de concessionnaires de la marque japonaise.

WYZ Group affiche une belle santé. Le groupe a en effet réalisé un CA de 27 M€ l'année dernière, soit une hausse de 23% par rapport à l'exercice précédent (22 M€). Une croissance tout autant portée par son implantation sur de nouveaux marchés – 2017 ayant été l'année de la création de sa filiale WYZ Nordic et de son entrée sur le marché suédois- qu'un fort développement se son activité 'Solutions', son concept BtoBtoC à travers lequel WYZ propose des solutions digitales personnalisées pour les sites internet généralistes ou spécialisés, avec un CA multiplié par 3 en 2017 par rapport à 2016...

Effectifs doublés en 24 mois

Les effectifs ont été revus en conséquence : outre la nomination de Geoffroy Fontaine à la direction commerciale de WYZ France (ex-Pneus WYZ) en remplacement de Jean-Philippe Duhoux, promu

directeur commercial Europe, l'entreprise a massivement recruté pour renforcer sa branche WYZ Support (activité Solutions). In fine, WYZ group aura rien moins que doublé ses effectifs en à peine deux ans.

A noter enfin : si les constructeurs constituent la majorité de ses partenaires, l'entreprise a annoncé la mise en place de Easy, plateforme de dépannage destinée aux clients français du manufacturier Michelin. « *L'objectif à travers cette solution est de s'approcher d'un taux de service de 100% sur l'ensemble de ses marques* », explique Pierre Guirard, président de WYZ Group. Une solution qui pourrait être dupliquée dès cette année sur d'autres marchés où le manufacturier français est présent.

WYZ Group : un acteur européen

Si l'entreprise avait déjà noué des accords avec des réseaux à l'international (il réalise 15% de son CA hors de son marché domestique), ce n'était jusqu'ici qu'au périmètre d'un marché national donné. En ce début d'année, WYZ Group a annoncé la signature du premier accord paneuropéen de sa jeune histoire avec le réseau Toyota Motors Europe.

« Nous ne disposions pas jusqu'ici d'outil centralisé à même d'aider nos points de service européen sur le pneumatique, commente Sabine Fetu, directrice stratégie après-vente Europe du constructeur. Avec WYZ Group nous avons pu développer un outil complet pour notre réseau de concessionnaires à même de fidéliser davantage leurs clients automobilistes ».

L'outil en question permet en effet l'achat de pneus en ligne, l'édition de devis, la vente de roues complète, le dépannage via les accords noués par WYZ Group auprès de différents acteurs européens du pneu, ou encore la gestion du gardiennage des pneus. Par ce biais, Sabine Fetu annonce vouloir doper les ventes de pneumatiques dans le réseau de 30% et la vente de roues complètes de 20%...

L'Europe pour cible

D'abord lancé en Suède l'an dernier, cet accord va ainsi progressivement s'étendre en Europe avec la France et le Portugal d'ici le mois d'avril. Le lancement est également en préparation pour les réseaux Toyota Allemagne, Belgique, Danemark, et République Tchèque. Les discussions portent actuellement sur un éventuel lancement sur les marchés autrichiens, italiens, Espagne, Pays-Bas, etc.

Mais l'exercice 2018 doit voir WYZ Group investir le plus important marché en Europe, l'Allemagne, au second trimestre. Le développement à l'international étant une des priorités pour 2018, WYZ Group envisage de s'implanter en l'Italie, dans les autres pays de Scandinavie, la Pologne, l'Autriche ou la Hongrie.

En 2018, WYZ ambitionne d'atteindre les 35 M€ de CA. Un objectif qui devrait passer par une hausse de 50% de son CA 'Solution' et la vente de 100 000 pneus premium supplémentaires (350 000 en 2017).