

Vente en ligne

Pneu-wyz.com veut séduire les flottes

En 2008, deux millions de pneumatiques ont été vendus sur Internet. Ce mode de commercialisation représente désormais 6 % des ventes totales. Surfant sur la vague, un nouveau site ouvre une fenêtre sur la toile. Baptisé Pneu-Wyz, il a été créé par Pierre Guirard, ancien directeur marketing de Continental. « Aujourd'hui, le consommateur doit choisir entre les prix compétitifs proposés sur Internet et le service qui est l'apanage des distributeurs spécialisés, explique-t-il. Les sites actuels ne sont pas des acteurs du pneumatique, ne disposent pas de réseau et ont noué des accords avec des garages

de taille modeste qui n'ont pas forcément l'équipement ou les compétences nécessaires pour cette activité. De notre côté, nous avons



décidé de concilier l'inconciliable : les prix compétitifs et les services. » Pneu-Wyz a noué des accords avec près de 500 points de vente appartenant à des enseignes comme Profil +, Eurotyre, Siligom ou Côté Route. Seules

8 marques de pneus ont été référencées et les enveloppes sont réparties en 3 gammes de prix. Pneu-Wyz garantit une pose en moins de 72 h ; un service facturé 16 €. Mais surtout, une interface dédiée aux flottes automobiles a été ouverte, avec login et mot de passe confidentiels.

Pierre Guirard annonce des tarifs qui sont jusqu'à 40 % moins élevés que ceux pratiqués par les loueurs longue durée. Avec une facturation et un suivi des consommations centralisés, Pneu-Wyz se présente comme un remède anti-crise pour les entreprises. Objectif affiché : 100 000 ventes d'ici 2 à 3 ans, dont la moitié réalisée auprès des flottes.