

23-01-2008 - ACTUALITÉS -

Réseaux

## Robert Sguerzi : "La data est notre cœur de métier"

**Pionnier de la solution online pour distributeurs VO, l'éditeur français Datafirst entame 2008 avec de nouveaux outils d'aide au pilotage. Directeur des partenariats, Robert Sguerzi revient sur l'offre Datacar et dévoile les nouveaux services qui seront lancés au premier trimestre.**



The screenshot shows the 'Gestion des annonces VO' (Used Vehicle Advertisements Management) interface. It includes a search bar, filters, and a table of vehicle listings. The table has columns for 'OCCASION', 'Cote', 'Prix', 'Modèle', 'Année', 'Couleur', 'Cylindres', and 'Kilométrage'.

OCCASION	Cote	Prix	Modèle	Année	Couleur	Cylindres	Kilométrage
1	1481.00007	085L CORSA 1.2i COMFORT	2001	Blanc	Ess		21 807
2	1481.00007	VOLVO S40 1.8D 115Ch Diesel B&B		Argent métallisé	425	Die	0
3	1481.00007	VOLVO V50 2.0D Tcv 130Ch Diesel B&B		Argent métallisé	425	Die	0

**autobiz : Quelles sont aujourd'hui les fonctionnalités proposées par Datacar aux distributeurs VO ?**

**Robert Sguerzi :** DataCar est une solution informatique globale offrant divers services dont un portail d'annonces VO pour les distributeurs, constructeurs et publicateurs avec plusieurs fonctionnalités. Son principe est simple et repose sur notre cœur de métier : la data . Dans un premier temps, la plate-forme récupère l'ensemble des VO de nos adhérents. Une fois extraites, ces informations sont rapatriées chez nous et intégrées à DataCar. Vient alors l'étape de "nettoyage" qui permet de normaliser l'ensemble de ces données provenant de différents DMS avec des codifications parfois très différentes. Au résultat, DataCar est capable de standardiser 99% des annonces brutes récupérées.

Reste ensuite à nos adhérents le choix, via un accès personnalisé, de multi-diffuser leurs véhicules sur les sites de nos partenaires, et bien sûr leur propre site ou celui de leur constructeur. DATAFIRST a noué plusieurs partenariats avec divers acteurs du marché dont des portails grand public ou spécialisés (Kelkoo, Annonces Jaunes, Top Annonces, Paru Vendu, Price Minister...) ou encore des sites spécialistes de l'auto (Webcarpro, WebCarcenter...). Ceci offrant aux adhérents une gestion simple, automatique de la multi-diffusion de leur stocks. Environ 1.700 distributeurs dans une dizaine de pays européens utilisent aujourd'hui la technologie DataCar.

**Quelles solutions de création de sites web offrez-vous aux distributeurs ?**

**Robert Sguerzi :** Si DATAFIRST permet aux distributeurs de se doter d'une vitrine commerciale sur internet, notre démarche est néanmoins différente d'une agence web classique. Nous partons du principe qu'un site internet d'un distributeur doit, au même titre que son showroom, respecter la charte graphique de sa marque. C'est pourquoi nous avons développé une technologie capable de construire un site web personnalisé à partir d'informations tirées de notre base de données : marques, services, événements, stock de véhicules, l'équipe... Toutes ces données sont récupérées pour alimenter les différentes rubriques du site, définies par le distributeur.

Ce dernier peut ensuite, s'il veut par exemple annoncer une campagne de promotions, actualiser de façon très simple et sans connaissances particulières ses informations à partir de DataCar. De même, si la charte graphique de la marque est amenée à changer, tous les sites du réseau sont alors immédiatement adaptés à cette nouvelle image. Souple, cette solution est également très peu coûteuse; grâce à la mutualisation des coûts nous pouvons proposer une formule comprenant un abonnement à DataCar VO couplé à un site Web (avec 5-9

rubriques) pour un montant de moins de 100 euros par mois pour un distributeur.

### **Envisagez-vous d'enrichir cette années les fonctionnalités de Datacar ?**

**Robert Sguerzi** : Au cours du premier trimestre 2008, nous lançons notre plateforme de Business Intelligence, DataPlus+. La base de données VO est constituée d'un million de véhicules de nos clients qui peut aujourd'hui offrir une richesse inégalée d'indicateurs sur le marché ; nombre de VO moyen par point de vente, positionnement prix, temps de publication des annonces... Toutes ces informations seront à la disposition de nos adhérents. Leur vision ne sera pas seulement locale mais aussi européenne.

Ce service peut intéresser outre les distributeurs adhérents, les annonceurs ou encore les constructeurs. D'autant que nous sommes parvenus à offrir un service global pour un coût extrêmement réduit et sans aucune comparaison avec le coût des logiciels spécialisés dans la Business Intelligence.

**Source** : *AUTOBIZ*

© autobiz 2008. Droits réservés. Reproduction et diffusion interdites, sauf dans le cadre des conditions d'abonnement.