



Immersion totale

100 L'expérience client, voyage digital et sensoriel

De la configuration à la livraison, l'achat d'une Porsche comme voyage initiatique dans l'ADN de la marque.

104 Porsche, la course à l'innovation

Identifier et accompagner les start-up les plus innovantes, un engagement fort de Porsche.

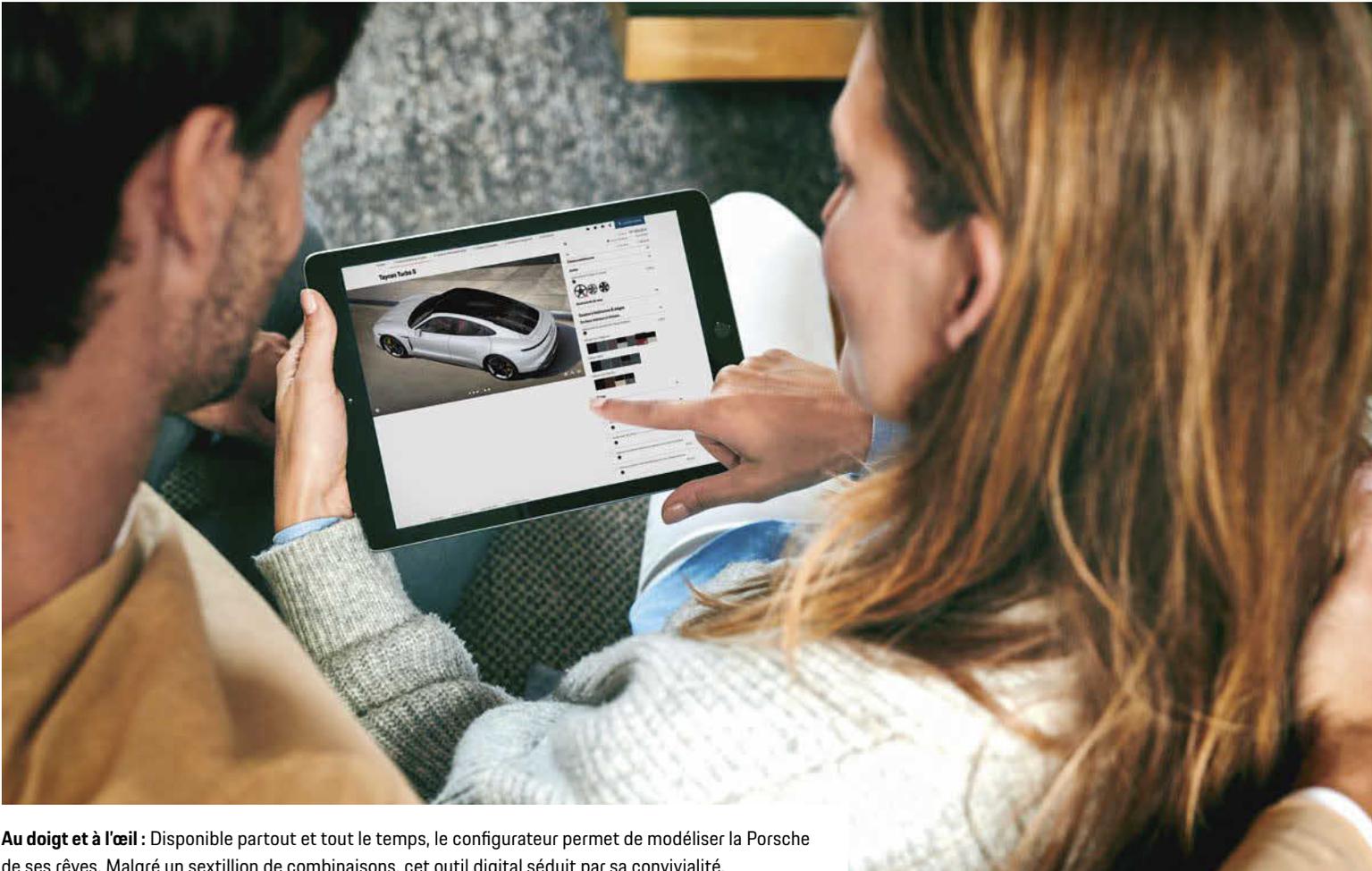
L'expérience client, voyage digital et sensoriel

Parcours d'achat De la configuration à la livraison au Porsche Experience Center Le Mans, Porsche a pensé l'entrée dans son univers comme une expérience digitale et émotionnelle. Louise et Romain reviennent pour *Christophorus* sur leur expérience.

Lorsqu'ils ont pris pour la première fois place dans leur Taycan, Louise et Romain ont concrétisé un rêve commun. Lui gère une agence immobilière, elle est directrice artistique et ensemble, ils ont été séduits par le nouveau modèle électrique de Porsche qui fait écho à leurs valeurs en matière de

mobilité sans renoncer au plaisir des sens. Un rêve automobile qui, d'après eux, a commencé à prendre forme bien plus tôt qu'ils ne le pensaient, après un dîner passé à débattre sur ce que pourrait être leur prochain véhicule idéal : hybride ou, pour la première fois, entièrement électrique.

Plusieurs constructeurs ont émergé et cet échange les a menés sur le site internet de Porsche, un acte qui, de prime abord, peut paraître anodin. Ce dernier marque néanmoins, comme la préface d'un livre, le début d'une expérience. Configuration en ligne, prise de contact en Centre Porsche avec un



Au doigt et à l'œil : Disponible partout et tout le temps, le configurateur permet de modéliser la Porsche de ses rêves. Malgré un sextillion de combinaisons, cet outil digital séduit par sa convivialité.

conseiller commercial et un product genius, essai, commande puis livraison : le parcours d'achat est en réalité un véritable voyage digital et émotionnel dans le monde Porsche. Voyage que la marque a voulu empreint de son ADN et de ses valeurs : comme tous les nouveaux clients, Louise et Romain sont entrés chez Porsche comme on rejoint une famille.

Quand l'exception devient la règle

Un sextillion... C'est le nombre de configurations possibles sur le configurateur du site Porsche ! Un ordre de grandeur qui ne parle pas forcément à tout le monde. Un sextillion, c'est aussi un million puissance 6 ou le chiffre 1 suivi de 36 zéros... Cela fait beaucoup, suffisamment pour être sûr de se créer un modèle unique, à son image. Mais la force de cet outil digital est qu'en dépit de sa richesse, il reste très simple à prendre en main. En quelques clics, la sensibilité créative de Louise l'oriente vers le Taycan dont elle apprécie particulièrement le design avant-gardiste : « Je me souviens m'être tout de suite lancée dans une première configuration et l'avoir immédiatement partagée avec Romain. » « Du choix de la version ainsi que la couleur extérieure, les jantes, la sellerie, les habillages intérieurs jusqu'à la matière et l'inscription des seuils de porte, en passant par les équipements de confort, les aides à la conduite, les systèmes dynamiques... Les possibilités n'ont de limite que l'imagination du client et la capacité du jeune couple à se mettre d'accord ! Pour que le rêve prenne forme, chaque modification apparaît immédiatement à l'écran grâce à la modélisation 3D. Quoi de mieux pour valider un accord de teinte entre la peinture métallisée et la sellerie cuir ou le choix des inserts intérieurs ? Louise et Romain ont arrêté leur choix : ce sera, sans trop entrer dans les détails ici, un Turbo 4S Blanc Carrara. « À la fin de la configuration, nous avons obtenu un code unique que nous avons envoyé au Centre Porsche le plus proche et que nous avons pu partager avec nos amis », se remémore le couple.

Grâce à l'application Porsche AR Visualizer, il est possible de projeter, en réalité augmentée, le modèle configuré dans l'environnement de son choix. À l'aide de son smartphone, Louise visualise le futur Taycan garé devant la maison familiale, alors que Romain, quant à lui, préfère l'exposer dans le salon : « À chacun sa vision du parking que mérite le Taycan », s'amuse Romain.



Du rêve à la réalité

L'application Porsche AR Visualizer projette un modèle dans l'environnement de son choix. Expert et passionné, le product genius conseille au mieux le client.

**Les outils digitaux sont
un service supplémentaire
qui ne remplace pas le
contact humain.**



Le Product Genius est présent au moment de la livraison pour révéler les derniers secrets du Taycan.

Dans le processus d'achat, le passage en Centre Porsche marque l'entrée physique dans le monde du constructeur de Stuttgart. En franchir le seuil sonne comme une immersion instantanée dans l'univers de la marque. « Nous avons longuement échangé avec Josselin, le product genius qui était présent ce jour-là », se rappelle Romain. En expert produit et fin connaisseur, ce dernier a aidé le couple à affiner ses choix dans la palette des possibilités offertes, notamment au niveau des accords de matières et des technologies embarquées. Il leur a aussi fait découvrir le programme Porsche Exclusive Manufaktur.

L'exception devient la règle : telle pourrait être la devise du département de personnalisation Porsche Exclusive Manufaktur. Ici, tout est possible à partir du moment où le client le souhaite. Un large éventail de plus de 600 options différentes permet à chaque projet d'être unique. En France, tous les Centres Porsche disposent d'un espace

dédié à la personnalisation et trois d'entre eux, les Centres Porsche Paris Levallois, Antibes et Lyon Nord, sont d'ailleurs agréés « Porsche Exclusive Manufaktur Partners ».

Le compte à rebours

Une fois la commande du véhicule validée et l'offre de financement établie, le compte à rebours jusqu'à la livraison débute alors pour le couple. Une phase de production qui s'appréhende de différentes manières selon les pays. Alors que certains disposent de l'application « Behind the Scene », qui permet aux clients de suivre l'évolution de l'assemblage de leur modèle sur la chaîne de Zuffenhausen, Porsche France propose de découvrir un lieu mythique. Installé au bord du circuit sur lequel la marque de Stuttgart s'est imposée à 19 reprises, le Porsche Experience Center Le Mans (PEC) accueille les amateurs de la marque pour une plongée dans la passion Porsche à travers son histoire, ses valeurs, ses exploits, sa gamme et son avenir. En tant

qu'acheteurs d'une Porsche neuve, c'est là que Louise et Romain se sont rendus pour participer au Programme Porsche Experience. Au volant d'un modèle similaire à celui qu'ils ont commandé, cette découverte dynamique du Taycan leur a permis de prendre la mesure de leur futur véhicule, en toute sécurité, et accompagnés par des pilotes-instructeurs chevronnés. Le couple a ainsi pu percer une partie des secrets de cette sportive électrique à hautes performances, appris à en tirer la quintessence lors d'ateliers ludiques et eu l'opportunité de valider l'intérêt de certaines options. « Les sessions de roulage étaient très instructives et nous ont permis de découvrir de nouvelles options sur le Taycan telles que le Porsche Electric Sport Sound ainsi que les roues arrière directrices. Par chance, nous pouvions encore les ajouter à notre configuration », précise Louise. La preuve par l'exemple, difficile d'imaginer plus convaincant. Surtout quand le théâtre de cette expérience est l'un des plus célèbres circuits au monde.

Plus qu'une simple remise de clés

Goûter à la magie du Mans lors du stage de pilotage du Programme Porsche Experience est, en soi, un privilège rare. Porsche pousse le curseur de l'exclusivité encore plus loin en proposant à ses clients d'effectuer la livraison de leur modèle au cœur même de la légende des 24 Heures du Mans ! Un écrin rêvé pour prendre possession de sa Porsche. D'autant que la marque va faire de ce qui pourrait se résumer à une simple remise de clés et un rapide tour du propriétaire, un moment inoubliable.

Un véritable programme sur mesure attendait Louise et Romain. Souvent amené à se déplacer dans le réseau en France mais habituellement basé au PEC, Josselin a pu retrouver le couple pour l'occasion. « Josselin nous a proposé une visite privée des coulisses des 24 Heures du Mans, un moment génial pour Romain qui ne rate aucune édition de la course depuis près de 10 ans », raconte Louise. S'est ensuivi un déjeuner au restaurant Le Maison Blanche, orchestré par le chef manceau Olivier Boussard, également grand passionné de la marque de Stuttgart, et une séance de coaching sur circuit. Mais l'apothéose de ce programme a bien sûr été la scénarisation de la livraison. Passé l'émotion de ce premier contact, le product genius était là pour

détailler la sportive et en révéler les derniers secrets à Louise qui s'est, sans contestation possible, installée au volant.

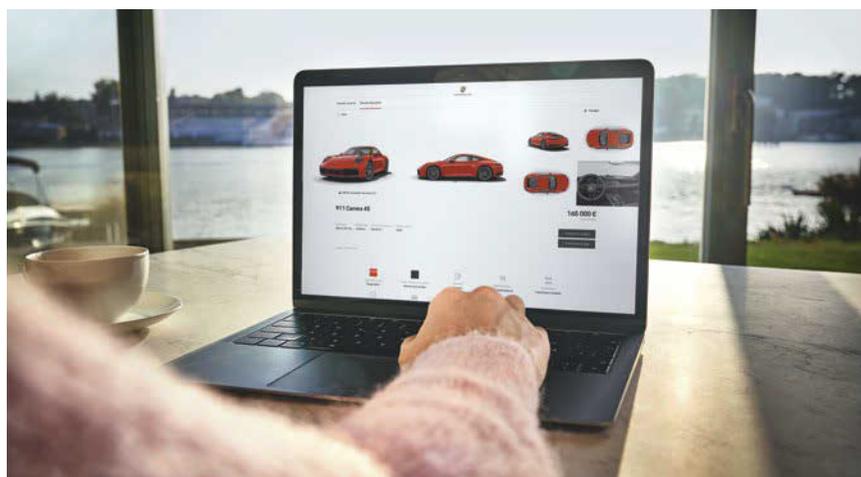
Acheter une Porsche, c'est réaliser un rêve. C'est aussi entrer dans une grande famille. De la première connexion sur le site Porsche aux premiers tours de roues derrière le volant, chaque étape est un évènement. Au moment où Louise et Romain ont démarré leur Taycan pour la première fois, dans le silence le plus complet, ils ont eu l'impression d'avoir déjà une longue histoire avec la marque... alors qu'elle ne faisait que commencer. •

Texte **Mathieu CHEVALIER**

Note : Afin de conserver l'anonymat des clients présentés dans cet article, les photos sont à titre d'illustration.



Lieu mythique : Le stage de pilotage proposé à l'achat d'une Porsche se déroule dans l'enceinte des 24 Heures du Mans. La livraison du modèle peut aussi se faire dans cet écrin.



Porsche digitalise son processus de vente

L'essor des outils numériques et de la connectivité dans la vie quotidienne a entraîné un changement profond dans les comportements des clients. De la prise d'informations à l'acquisition, le parcours d'achat s'est largement digitalisé.

C'est vrai dans de nombreux domaines comme dans celui de l'automobile. Et le contexte sanitaire ne fait qu'accélérer un mouvement déjà bien engagé. Attentif à répondre, voire à anticiper, les attentes de ses clients et prospects, Porsche travaille sur la digitalisation du processus d'achat depuis longtemps. Ainsi, dès fin 2019, les clients allemands pouvaient com-

mander en ligne leur future Porsche disponible en stock. Devant le succès de cette proposition, elle a été étendue aux autres marchés, dont la France.

En collaboration avec l'ensemble des 42 Centres Porsche et Centres Service Porsche, le client français a désormais lui aussi la possibilité de commander, via le site Porsche.fr, son futur modèle neuf ou d'occasion en stock. Il suffit pour cela qu'il se rende sur l'onglet « Notre offre de véhicules » pour accéder à plus de 1 000 modèles immédiatement disponibles. Dès lors qu'il arrête son choix, il peut régler sur le site un dépôt de réservation et bloquer son véhicule. Simple, sécurisée, disponible à tout moment, cette fonctionnalité dématérialise le processus d'achat classique, seule la signature du contrat de vente se faisant encore en Centre Porsche. Selon Marc Meurer, Président de Porsche France, « cette solution s'inscrit parfaitement dans la stratégie de digitalisation de la marque et s'accompagne d'investissements au cœur de nos Centres Porsche, écrans de nos produits, pour une expérience client que nous souhaitons plus flexible mais toujours émotionnelle. »