



Mesdames, Messieurs

Dès la fin de 2017 et lors premières esquisses du plan stratégique "DriveTheChange", l'expérience client, notamment via le numérique, a été identifiée comme un des enjeux majeurs de la transformation de GB Group.

Profitant de nouveau naming des produits de la marque Grégoire Besson, GB Group avait imaginé également lancer un nouveau site web qui disposerait d'un configurateur totalement public et accessible.

Ce nouveau site est désormais en ligne, disponible en 6 langues (anglais, français, allemand, polonais, russe et ukrainien), permet aux utilisateurs finaux, commerciaux et partenaires d'adapter charrues, outils à disques et outils à dents aux différentes contraintes (puissance tracteur, sol, agronomie et budget) près de 80 000 configurations possibles.



Des machines fiables et productives de 50 à 600 ch.



Patrick Besson, Président de GB Group

"Les charrues présentent un grand nombre d'options. C'est toute la force de la marque Grégoire Besson. J'ai toujours pensé que c'était difficile de faire rentrer toutes nos possibilités dans un configurateur. Désormais, j'ai changé d'avis."

Edouard Patin, Directeur Général Adjoint

"Nous avons réussi à faire rentrer un tarif papier de plus de 200 pages en un site web d'une dizaine de pages. Les forces commerciales au sein de l'entreprise mais également chez nos distributeurs vont désormais gagner un temps incroyable au moment de faire des offres, de les transmettre aux différents services de l'entreprise et de montrer l'étendue des possibles à nos prospects et clients tout cela toujours à jour. Les utilisateurs vont aussi gagner un temps précieux et retrouver, comme dans le secteur automobile, un outil qui les aide à avancer dans leur réflexion. Tout ça depuis leur canapé, à tête reposée. C'est vraisemblablement l'étape préalable à l'existence d'un tarif uniquement en ligne."

Nicolas Millet, Responsable Marketing & Communication

"On est volontairement sortis de notre zone de confort. Au départ, on avait regardé ce que certains éditeurs de configurateurs proposaient mais ça atteignait parfois des budgets de plusieurs centaines de milliers d'euros. Ce n'était pas raisonnable et nous n'avions pas réellement besoin de tout ce qu'ils proposait."

Yoann Grange, Webmaster

"Au départ, on s'est affranchis du maximum de contraintes. On s'est réunis et on a simplement écrit les règles qui existaient au sein de nos gammes. En moins de deux semaines, on avait une trame exhaustive de l'ensemble des possibilités sur les 10 gammes. Ensuite, il a fallu développer l'application web. Pour ça, on s'est appuyés sur plusieurs choses : un système de gestion de version efficace, des technologies simples et robustes basés notamment sur des fichiers clé-valeur plutôt que de prendre un énième système de gestion de contenus qu'on torture à outrance et on a trouvé un partenaire technique capable de nous aider à travailler en agilité tout en ayant une approche forfaitaire. On a aussi pu compter sur différents services de l'entreprise comme l'administration des ventes, les bureaux d'études et les filiales tout au long du projet."

Priscilia Nogues, Fondatrice de We Craft Apps

"Nous avons déjà réalisé des configurateurs sur mesure pour d'autres métiers et nous étions loin d'imaginer la complexité des matériels de travail du sol. L'aspect multi-lingue n'a clairement pas été la partie la plus complexe. Je pense que la réussite du projet repose sur une collaboration étroite entre les équipes et une implication totale dans le projet."