

LLD

VÉHIPOSTE INNOVE ET PROGRESSE DE 15 %

La filiale LLD du groupe La Poste a lancé l'extranet Véhiparc et l'application Véhiposte Mobile. Ses mises à route ont augmenté de 15 % sur 2015.

L'innovation reste au cœur des priorités de Véhiposte. La filiale LLD du groupe La Poste vient d'annoncer les lancements successifs de son extranet Véhiparc et de son application mobile Véhiposte Mobile. "Notre extranet est à la fois un outil de suivi et un outil de pilotage", souligne Christophe Martinet, le directeur commercial et marketing de Véhiposte. En effet, ses utilisateurs peuvent y visualiser à tout moment toutes les informations ayant trait à l'état opérationnel de leur parc, et donc agir en conséquence. Toutes les données relatives aux kilométrages, contrôles réglementaires, révisions et autres commandes sont en outre mises à jour en temps réel. "Nous ne proposons jusqu'ici qu'un simple outil de reporting et ce dernier s'avérait peu ergonomique", poursuit Christophe Martinet. Une nouvelle solution à la pointe de la technologie ayant été mise en place, il est donc logique que la filiale LLD ait également souhaité franchir un pas dans le domaine des relations avec les conducteurs grâce au lancement de l'application mobile Véhiposte Mobile. Complémentaire de l'extranet et disponible aussi bien sur Android que sur iOS, ladite application mobile facilite la fourniture d'informations et la mobilité des



conducteurs via trois grandes rubriques (Mon contrat, Mes fournisseurs et Mes procédures). "Elle veille à l'optimisation des coûts et du temps des utilisateurs, et elle simplifie en quelques clics les relations avec les garagistes et autres intervenants", relève ici le directeur commercial et marketing de Véhiposte.

Mises à la route, externalisation et peut-être bientôt fusion

Il faut donc s'attendre à tout sauf à un repli de l'activité de Véhiposte sur 2016. L'an dernier, ses mises à route ont bondi de 15 %. "Les filiales du groupe sont de plus en plus nombreuses à nous solliciter", explique Christophe Martinet. Sur l'exercice écoulé, la filiale LLD du groupe

La Poste a par ailleurs décidé d'externaliser son expertise en matière de Fleet Management (FM). Et si aucun contrat n'a encore été conclu, les choses semblent avancer à grand pas. "Nous avons eu de très nombreux rendez-vous avec des entreprises exploitant plusieurs centaines de véhicules", souligne ici le directeur commercial et marketing de Véhiposte. Le développement de cette offre va donc logiquement faire partie de l'une des priorités de l'entreprise sur 2016, avec la mise en exergue de son offre "green" (son catalogue produits inclut de plus en plus de véhicules fonctionnant au GNV). "Les 62 000 véhicules que nous avons en LLD incluent déjà des VE à hauteur de 12 %", note Christophe Martinet. Et la croissance d'activité de Véhiposte pourrait être d'autant plus importante que nous pourrions assister avant la rentrée de septembre à un rapprochement entre Véhiposte, Greenovia et Mobigreen, trois entités évoluant dans le périmètre du groupe La Poste.

DES REVENTES OPTIMISÉES

Véhiposte vient de renouveler pour une durée de trois ans son partenariat avec BCAuto Enchères, spécialiste de la création et gestion de sites Internet VO B-to-B. La filiale LLD du groupe La Poste a lancé en 2011 sa place de marché pour professionnels www.vehiposte-occasions.fr, un site qui a fait l'objet de plus de 2 500 transactions en 2015 (3 000 attendues sur 2016). "Les véhicules peuvent aussi être proposés à l'ensemble des acheteurs du groupe BCA à travers des ventes miroirs sur le site www.bcautoencheres.fr", note Véhiposte. Véhiposte en propose par ailleurs aux collaborateurs du groupe et aux associations de l'économie sociale et solidaire qu'il référence via une plateforme Internet mise à la disposition et gérée par BCAuto Enchères (<https://www.lesoccasionsvehiposte.fr/>). A ce jour, l'ensemble des reventes de Véhiposte s'effectuent sur des sites Web B-to-B à hauteur de 80 %.

A.D.

