*Transcription textuelle de la vidéo «**ITW\_RENAULT\_V2b»*

Réussir avec un marketing responsable

Logo Renault

Logo Lauréat Implication des consommateurs

pour son application Plug-Inn

Pouvez-vous expliquer votre initiative ?

**Camille Marginedes, senior manager CX&I, UX Research chez Publicis pour Renault.**

Logo Renault

-L'application Plug-Inn, c'est une application de recharge de particulier à particulier, qui met donc en contact des possesseurs de bornes électriques avec des possesseurs de véhicules électriques.

Logo : **Réussir avec un marketing responsable**

Logo Lauréat Implication des consommateurs

Les mots-clés sont : Possesseurs de bornes électriques -> Possesseurs de véhicules électriques

L'idée, c'est vraiment, au lieu de construire une nouvelle infrastructure, de s'appuyer sur celles qui existent chez les particuliers pour faciliter la vie des conducteurs de véhicules électriques, les rassurer aussi, il existe des solutions.

Les mots-clés sont : **S’appuyer sur les infrastructures existantes chez les particuliers – Faciliter - Rassurer**

On sait que la "range anxiety", c'est vraiment un problème chez les possesseurs de véhicules électriques, ou en tout cas un des freins à l'achat de véhicule électrique.

Les mots-clés sont : **Range anxiety -> Frein**

Cette application vise à les rassurer : il y a des bornes, partout en France, chez d'autres particuliers, d'autres passionnés de véhicules électriques.

Avez-vous rencontré des difficultés ?

Logo : **Réussir avec un marketing responsable**

Logo Lauréat Implication des consommateurs

La principale difficulté, quand on s'attaque à un sujet comme ça, c'est qu'on arrive en avance.

Les mots-clés sont : **En avance des usages & besoins**

On est en avance des usages, on est en avance des besoins.

Donc, déjà, c'est identifier ce besoin.

Les mots-clés sont : **Identifier**

Et ça a été vraiment quelque chose qui a été identifié, qui a été vu par Publicis Conseil et par Renault conjointement.

Il ne s'agit pas que de vendre des véhicules électriques, mais de rassurer ces acheteurs et de construire tout un écosystème de services.

Les mots-clés sont : **Écosystème de services**

Et derrière, l'autre difficulté, ça a été la réalisation de ce projet.

C'est quand même une application ex nihilo, qui a été réalisée par Publicis Sapient en neuf mois, qui est sortie en MVP en mars, et qui continue d'être améliorée en permanence, à laquelle on ajoute des nouvelles fonctionnalités, puisqu'on est sans arrêt à l'écoute des besoins.

Les mots-clés sont : **Création d’une application**

Avez-vous un conseil pour réussir avec un marketing responsable ?

Logo : **Réussir avec un marketing responsable**

Logo Lauréat Implication des consommateurs

Quand on parle de marketing responsable, quand on parle de projet responsable, on touche aux usages, aux comportements des personnes, on touche à des choses qui sont inscrites dans la durée, à des habitudes.

Les mots-clés sont : **Usages – Comportements**

Le conseil, ce serait d'essayer de les comprendre, d’essayer de déconstruire ces besoins, ces habitudes, ces freins, parce qu'on va devoir les changer, on va devoir les accompagner au changement.

Les mots-clés sont : **Comprendre les besoins – Accompagner au changement**

Donc, c’est vraiment de passer du temps avec les utilisateurs finaux, de tester, tester, tester, et vraiment d’être toujours à l'affût de tous les changements possibles.

Les mots-clés sont : **Être à l’affut des changements**

**Réussir avec un marketing responsable**

**Palmarès 2024, candidatez dès maintenant**

**reussir-avec-un-marketing-responsable.org**

**Vidéo : AEON Studio (Aurélien ELIAS)**