



## Bosch Car Service lance son "dongle"!

Le réseau Bosch Car Service s'apprête à lancer un "dongle" associé à une application dédiée. S'inscrivant dans le cadre du carnet d'entretien personnalisé monBoschCarService, ce service permettra aux automobilistes de gérer en ligne l'entretien de leur véhicule et de surveiller son état technique. En outre, l'application proposera un éventail de fonctionnalités pratiques.



## Opisto, nouveau fournisseur d'Assercar

Plateforme de vente de pièces de réemploi (PRE), Opisto annonce son partenariat avec Assercar, réseau de réparateurs du groupe d'assureurs formé par Pacifica, Sogessur, Aviva, etc. Les 1 725 ateliers du réseau ont maintenant accès à une offre en ligne de PRE sur le portail Opisto.pro.

## 07ZR fournit à ses clients un service recyclage

Pour s'assurer que 100 % des pneus vendus sur sa plateforme sont recyclés, 07ZR lance un nouveau service d'aide à la collecte et au recyclage. Sur demande des réparateurs, les pneus sont collectés l'année suivante puis recyclés. De plus, un interlocuteur est mis à leur disposition pour accompagner les ateliers dans toutes leurs démarches : déclaration à l'Ademe, certificat d'élimination, conditions de stockage des pneus usagés, etc.



Selon les experts de Brennus Analytics, il est 30 fois plus efficace de travailler ses prix que de réduire ses coûts.

# Brennus Analytics, l'IA au service du "pricing" de la pièce

Vendre sa pièce de rechange au bon prix et à la meilleure marge : vous en rêvez ? Avec Brennus Analytics, c'est désormais possible. Cette start-up toulousaine a conçu une innovante solution de "pricing" fondée sur l'intelligence artificielle.

Par Mohamed Aredjal [@MAredjal](#)

**C**réée en 2015 par des chercheurs, Brennus Analytics aide les entreprises B2B à améliorer leurs prix de vente. Le logiciel développé par la start-up s'appuie sur une technologie avancée d'intelligence artificielle capable, à partir de l'analyse de données, d'évaluer et prédire le comportement des clients pour établir la meilleure stratégie tarifaire. "Définir le bon prix de vente est finalement une des activités les plus compliquées pour une entreprise, notamment sur les marchés B2B où l'on retrouve des structures tarifaires complexes. Notre solution peut intégrer une quantité très importante de critères et de variables", explique Emilie Gariel, cofondatrice de Brennus Analytics. Malgré cette complexité, 40 % des entreprises se contentent toujours d'Excel pour leur "pricing"... Une hérésie lorsque l'on sait que la gestion des prix reste le premier levier de rentabilité des entreprises.

La jeune société toulousaine estime d'ailleurs qu'une augmentation de 1 % du prix de vente entraîne une hausse moyenne de 11 % de la marge. De quoi

séduire nombre de distributeurs de pièces. "Ce secteur fait face à des problématiques que notre technologie peut gérer : des remises variées, une segmentation évolutive, de multiples canaux de distribution, etc."

## S'ADAPTER À LA CONCURRENCE DU E-COMMERCE

Approché par plusieurs opérateurs de la filière, Brennus Analytics reste discret sur leur identité, confiant que de nombreux distributeurs s'interrogent sur leur stratégie tarifaire depuis l'arrivée des pure players. "Ce phénomène touche tous les secteurs. C'est la peur d'Amazon : quand il débarque dans un marché avec une politique tarifaire transparente et des prix très bas, il casse complètement le marché", analyse la directrice marketing. Face à ces nouveaux entrants, Brennus Analytics recommande la prudence, invitant les distributeurs à ne pas niveler systématiquement ses prix par le bas. "Il faut réfléchir à la façon dont on va accorder son service, son positionnement de marque et son marketing pour se différencier", conclut Emilie Gariel. ●



**EMILIE GARIEL,**  
COFONDATRICE/  
DIRECTRICE DES  
OPÉRATIONS ET  
DU MARKETING DE  
BRENNUS ANALYTICS

"DÉFINIR  
LE BON PRIX  
DE VENTE  
EST UNE DES  
ACTIVITÉS LES PLUS  
COMPLIQUÉES"