

Toyota Motor Europe et Dassault Systèmes annoncent leur collaboration dans le domaine du marketing digital de nouvelle génération

- Ce contrat d'une durée de trois ans porte sur l'automatisation et l'intégration de la production de contenus dans des applications de visualisation 3D haut de gamme
- La localisation de contenus pour le lancement de nouveaux véhicules permet de personnaliser l'expérience d'achats de voitures
- Pionnier des processus « lean » dans le secteur automobile, Toyota est gagnant à la fois au niveau des coûts, du temps passé, de la qualité et de l'évolutivité.

VÉLIZY-VILLACOUBLAY, le 8 janvier 2018 — [Dassault Systèmes](#) (Euronext Paris : #13065, DSY.PA) et [Toyota Motor Europe](#) annoncent la signature d'un contrat de trois ans aux termes duquel les deux sociétés collaboreront au développement d'un processus de production digital optimisé permettant de créer des solutions de marketing numérique de nouvelle génération utilisées lors du lancement de nouveaux modèles de voitures en Europe. Ces solutions proposeront des contenus localisés et personnalisés aux consommateurs qui souhaitent vivre de nouvelles expériences dans leur parcours d'achat d'un nouveau véhicule.

Avec l'*industry solution experience* "[Virtual Garage](#)" de Dassault Systèmes, Toyota Motor Europe pourra utiliser les applications de visualisation haut de gamme [3DEXCITE](#) pour automatiser et intégrer ses processus de production d'actifs marketing numériques. Toyota Motor Europe pourra également utiliser ses données d'ingénierie pour créer des contenus marketing avec des représentations virtuelles de véhicules, et procurer aux publics ciblés toute la puissance émotionnelle de la marque et de ses produits.

Grâce aux processus de production d'actifs automatisés de bout en bout, les consommateurs peuvent découvrir des brochures, des contenus vidéo en ligne, des configurateurs de véhicules sur internet et d'autres ressources présentant les nouveaux modèles ou de nouveaux coloris, localisés en fonction des préférences de marchés spécifiques. Ces contenus peuvent être personnalisés en fonction des goûts de chaque client, et répondre ainsi à la quasi-totalité des exigences demandées pour chaque produit avec un haut niveau de qualité, de cohérence et de précision.

À l'heure où la technologie digitale influence de plus en plus la façon dont les consommateurs effectuent leurs achats, le secteur automobile met tout en œuvre pour tirer parti de cette tendance en nouant des liens plus étroits et en s'engageant davantage avec les clients. Qu'ils découvrent un véhicule pour la première fois sans intention d'acquisition précise ou qu'ils soient sur le point de prendre leur décision finale, les acheteurs veulent être inspirés et pouvoir accéder rapidement aux bonnes informations.

« Toyota Motor Europe améliore en permanence son approche vis-à-vis de ses clients et considère qu'un process lean et flexible est clé pour une personnalisation de masse », déclare Alex Carnazza, Manager Web Content & Brochures, Marketing Communications, Toyota Motor Europe. « La vision de Dassault Systèmes nous aide à préparer une stratégie digitale solide qui nous permettra d'être davantage compétitifs en termes de coûts, de temps, de qualité,

d'évolutivité, d'intégration et d'agilité dans la production de nos ressources de marketing numérique ».

« Dassault Systèmes aide Toyota Motor Europe à connecter les données, les personnes et les idées pour susciter l'enthousiasme et l'émotion de ses clients très tôt dans leur expérience d'achat », déclare Olivier Sappin, vice-président, industrie Transport & Mobilité, Dassault Systèmes. « Nous allons poursuivre notre collaboration avec Toyota Motor Europe pour étudier comment la plateforme 3DEXPERIENCE peut apporter davantage de valeur et enrichir ces expériences uniques par le biais de services et de solutions ».

Sur les réseaux sociaux :

Partager sur Twitter : Dassault Systèmes et Toyota collaborent pour fournir des outils de marketing numérique de nouvelle génération aux acheteurs de nouveaux véhicules @toyota_europe @Dassault3DS #3DEXPERIENCE #CES2018

Dassault Systèmes sur les réseaux sociaux : [Twitter](#) [Facebook](#) [LinkedIn](#) [Youtube](#)

Pour plus d'informations :

Dassault Systèmes au [CES 2018](#) : North Hall, stand 8300 ; <https://events.3ds.com/ces-2018>.

Pour plus d'informations sur les solutions de Dassault Systèmes pour l'industrie des transports et de la mobilité : 3ds.com/fr/industries/transport-et-mobilite/.

###

À propos de Dassault Systèmes

Dassault Systèmes, « The 3DEXPERIENCE Company », offre aux entreprises et aux particuliers les univers virtuels nécessaires à la conception d'innovations durables. Ses solutions leaders sur le marché transforment pour ses clients, la conception, la fabrication et la maintenance de leurs produits. Les solutions collaboratives de Dassault Systèmes permettent de promouvoir l'innovation sociale et offrent de nouvelles possibilités d'améliorer le monde réel grâce aux univers virtuels. Avec des ventes dans plus de 140 pays, le Groupe apporte de la valeur à plus de 220 000 entreprises de toutes tailles dans toutes les industries. Pour plus d'informations : www.3ds.com.

3DEXPERIENCE, le logo Compass et le logo 3DS, CATIA, SOLIDWORKS, SIMULIA, DELMIA, ENOVIA, GEOVIA, EXALEAD, BIOVIA, NETVIBES, 3D VIA, 3DEXCITE sont des marques déposées de Dassault Systèmes ou de ses filiales aux USA et/ou dans d'autres pays.

Contact presse

Dassault Systèmes

Arnaud Malherbe

+33 (0) 1 61 62 87 73

arnaud.malherbe@3ds.com