



L'interview de Michael Saitow, chef d'entreprise de Tyre24

“ Manque de volonté d'investir”

En créant Tyre24, Michael Saitow, a changé le commerce de pneumatique. Le chef d'entreprise nous évoque ses projets pour le futur et le manque de volonté d'investissements du secteur.

**L'envie d'entreprendre vous a pris très tôt. Aujourd'hui, vous êtes l'un des acteurs les plus influents de l'industrie de pneumatique nationale. Était-ce votre objectif?**

Je me suis établie comme indépendant dans le secteur de pièces voitures, pneus et jantes de tuning en 1989, à l'âge de 18 ans. C'est là que j'ai découvert ma passion pour le commerce. Après un certain temps, j'ai arrêté le tuning, ça ne rapportait pas assez. Donc, je me suis réorienté.

Manfred Hohmann, chef de Reifen Hohmann, a toujours été mon associé. Actuellement, il possède encore 20% de Tyre24. Il s'occupait du commerce de pneumatique et moi du tuning. Nous échangeons toujours de la marchandise et à partir d'un moment nous nous sommes associés et avons construit un réseau de succursales. Déjà à l'époque, nous utilisions le logiciel TopM pour une gestion des flux très modernes. Les premières sociétés d'achats, tel que EFR, furent fondés. Nous faisons partie des premiers membres. Par contre, je ne comprenais pas pourquoi la façon de travailler des sociétés d'achats était tellement démodé. Au lieu d'envoyer leurs coupons de réduction sur internet, ils utilisaient la poste. C'est à ce moment que j'ai compris le problème : les créateurs des sociétés d'achats n'étaient pas issus du domaine de l'informatique.

Google arrive sur le marché allemand au moment de la création de Tyre24. Notre but était de prendre les processus d'un réseau de succursales (tels que la comparaison de prix), de les adapter sur une plate-forme et de les proposer au commerce pour peu d'argent. C'est ainsi qu'on a transféré le concept de Napster au marché de pneumatique : un logiciel qui rassemble les acheteurs et les vendeurs. Pour mettre en oeuvre ce logiciel en PHP il me fallait un programmeur. PHP est un langage de programmation pour e-commerce, qui à l'époque, était à ses balbutiements et maintenant fait partie des plus importants.

**Aviez vous une idée de la taille que Tyre24 allait prendre?**

Honnêtement, je me suis dit que ça allait exploser. Mais à l'époque le marché n'était pas du même avis que moi. Tout le monde disait : «personne ne veut de ton logiciel». Cependant, Reifen Flöer avait déjà le même modèle commercial que tyre24 aujourd'hui, c'est-à-dire rassembler les stocks de différents grossistes en ligne. Beaucoup de personnes pensaient qu'Internet était un phénomène de mode qui n'allait pas durer. Contrairement à eux, j'étais persuadé que l'avenir était dans le regroupement numérique des processus commerciaux.

**Vous avez changé le marché du pneumatique avec votre idée. Quelles étaient les réactions du secteur lorsque Tyre24 s'aggrandissait?**

En 2002, le système de commandes en temps réel était stable. Il y avait peu de concurrents. Plus tard, deux groupes se sont créés : ceux qui sont contre internet et ceux, comme Krupp ou Reifen Ritter, qui ont relativement vite reconnu le potentiel d'internet. Krupp et Reifen Ritter étaient aussi les premiers à utiliser et promouvoir ce système.

**Votre point de vue par rapport au secteur a-t-il changé?**

Je pense toujours que le secteur de pneumatique est à la traîne pour tous ce qui est des nouvelles technologies. J'en pense de même pour les secteurs de la gastronomie et de l'artisanat. Beaucoup n'ont pas encore bien compris le sujet d'eCommerce. Il s'agit du gain de clients à travers de nouvelles approches, par exemple via les applications, et non pas uniquement de la vente via une boutique en ligne. Le secteur de pneumatique devrait proposer un outil de renseignement pour la clientèle, de la transparence non seulement au niveau des tarifs, mais aussi au niveau du service et des rendez-vous pour le montage. Trop peu prennent cette direction.

Je suis particulièrement frappé par le manque de volonté d'investir. Nous gérons quelques boutiques en ligne de taille importante, qui payent 30 000 à 40 000€ par mois pour leur présence sur internet. Effectivement, cette somme est nécessaire pour un bon fonctionnement de la boutique en ligne. Cependant, les fournisseurs et grossistes ne sont pas prêts à investir. Le manque de professionnalité et de volonté les empêchent de regagner des parts de marchés.

**Pour accroître le professionnalisme, quelles contributions peut faire Tyre24 ?**

Prenons l'exemple de la disponibilité. Actuellement, nous avons la fonction «Same Day Delivery». Certes, pour le moment, cette fonction est un peu cachée mais elle sera mise en ligne après l'hiver. Les utilisateurs de nos sites seront en mesure de voir où obtenir un pneu dans l'immédiat. À cette fin, nous évaluons les stocks de près de 700 grossistes et de 3000 revendeurs.

Notre Tab1 est prêt pour la distribution et la livraison. Avec le Tab1, vous avez un nouvel point de vente, comme le supermarché par exemple. Vous pouvez conseiller vos clients sur le parking du supermarché. Grâce au Tab1, vous pourrez renseigner directement le client sur le stock disponible et le prix.

**Selon vous, comment le marché de pneumatique va-t-il surmonter le défi des nouvelles technologies et comment définissez-vous l'eCommerce pour ce domaine?**

Le commerce de pneumatique doit tester l'accessibilité du client via un service numérique. Si le client est favorable pour un service numérique, la volonté d'investir augmentera. Pour le moment, les revendeurs sont de l'avis que : «les clients viennent de toute façon». Cependant vu la tendance actuelle et le développement commercial de pneumatique cet avis n'est pas tout à fait juste. Nous devons prendre en compte que de en plus de clients utilisent internet pour l'achat de pneumatique. Donc, nous devons optimiser les processus de gains de clients via internet.

Le TAB1 peut aussi améliorer la qualité du service, c'est-à-dire qu'on ne sera plus devant son ordinateur mais on sera directement chez le client. Le Tab1 affiche directement vos stocks disponibles ou ceux de Tyre24. En résumé, l'idée est d'aller chez le client au lieu d'attendre sa venue.

**Votre vision est de modifier le processus d'approche des clients en utilisant des nouvelles technologies**

Exactement! Nous avons mis le focus sur le service client et non sur la plate-forme. Nous donnons plus d'importance au service client, notamment grâce à la visualisation en 3D.

*Dans la deuxième partie de l'interview, nous détaillerons l'expansion des fonctionnalités sur Tyre24 et le développement de nouvelles branches.*