

ETO devra faire rouler les routiers chez Total

La compétition menée par **Total** pour son programme de marketing relationnel business to business en direction des routiers ne pouvait se dérouler dans un climat plus tendu, sur fond de hausse importante du prix des carburants et de grogne croissante chez les transporteurs, entre autres. L'agence gagnante aura donc du pain sur la planche. Avec l'aide de Gibory Consultant, le groupe pétrolier a retenu ETO pour gérer pendant trois ans son budget concernant les cartes GR (pour Grand Routier). L'agence d'origine roubaisienne, également implantée à Paris et à Madrid, était en finale face à Uniteam.

1,5 million de titulaires

Ce budget B to B est pour le moins conséquent puisqu'il concerne 1,5 million de titulaires de carte GR. Ces dernières permettent de régler les achats de carburants dans les stations-service, sans avance de frais. Elles peuvent également être utilisées pour le paiement d'autres dépenses liées aux déplacements (tous les services proposés dans les stations, les péages et télépéages ainsi que les parkings). C'est l'agence CRM Company qui détenait ce budget depuis trois ans. ETO, quant à elle, sera chargée de la stratégie créative, de la stratégie relationnelle multicanal ainsi que des supports destinés aux prospects et clients. «*Nous avons été séduits par la capacité opérationnelle d'ETO et leur grande compétence en B to B. C'est une réelle "Web agency"*», souligne Sophie Haguet, responsable marketing des cartes GR chez Total.

Anno-Lise Carlo