

Le Christmas Press show 2011 de Phone House révèle les orientations stratégiques de l'enseigne en 2012

Paris, le 21 octobre 2011 - A l'occasion du Christmas Press show, Guillaume Van Gaver, président de Phone House, a exprimé la volonté du groupe de renforcer son expertise technique et d'offrir un accompagnement toujours plus simple et diversifié aux consommateurs.

Faciliter l'accès des consommateurs aux nouvelles technologies mobiles

Les usages évoluent vite, vers toujours plus de connectivité et se multiplient. En conséquence, les consommateurs ont des demandes et des stratégies personnelles en augmentation en face à la multitude de produits et de services. Phone House propose une réponse unifiée par une stratégie multicanal.

Les magasins Wireless, qui seront de plus en plus développés en 2012, représentent un modèle d'espace de vente où tout est mis en œuvre pour optimiser le parcours du client. Au-delà de l'espace de vente, Phone House prend la parole sur l'ensemble des canaux possibles pour respecter la flexibilité attendue par le consommateur connecté (réseaux sociaux, blogs, sites de vente en ligne...).

La diversité des offres est renforcée par l'indépendance de l'enseigne à l'égard de tous les opérateurs et constructeurs.

Guillaume Van Gaver a également ajouté aujourd'hui qu'à ces offres s'ajouterait prochainement le principe du SIM only (www.simseule.fr), la vente de la carte SIM seule, permettant ainsi d'élargir encore les possibilités de consommation chez The Phone House.

Aller vers toujours plus d'expertise et de pédagogie : les Experts Geek Squad

Cette avancée vers plus de connectivité et de diversification doit s'accompagner de pédagogie pour que le grand public ait accès aux bénéfices du monde connecté sans les contraintes de la complexité. Phone House mobilise ainsi ses 1500 collaborateurs dans 340 magasins pour mener une politique centrée sur le client. Des formations continues viennent régulièrement augmenter le niveau d'expertise des équipes.

2012 sera une année placée sous le signe de la compétence technique avec le déploiement du label Services Geek Squad. Principe importé des Etats-Unis, les Geek Squad sont des experts des nouvelles technologies recrutés pour leur passion des nouveaux outils de communication mais aussi pour leur grande pédagogie. Formés en école d'ingénieurs selon des modules pratiques et techniques, ils viendront dès cette année apporter leur expertise aux clients de Phone House qui bénéficieront ainsi d'un accompagnement optimal. La politique de Ressources Humaines de Phone House se veut forte et engagée afin de former au mieux ses collaborateurs et de faire profiter l'ensemble de ses clients du savoir technique des Experts Geek Squad.

Indépendance et expertise sont les maîtres mots de l'année 2012 pour Phone House, poursuivant ainsi ses objectifs toujours focalisés sur la satisfaction client.

A propos de Phone House

Avec plus de 340 magasins et 1 500 collaborateurs dans toute la France, Phone House est le n°1 de la distribution indépendante en télécommunications en France. Grâce à son approche multimarques, Phone House a développé une expertise unique sur l'ensemble des segments du marché des télécoms : téléphonie mobile et fixe, accès Internet haut débit, offres triple et quadruple play, tablettes et offres de services. Phone House France est une filiale de Best Buy Europe. Fondée sur sa totale indépendance envers les constructeurs, opérateurs et intermédiaires, la stratégie de Phone House France est basée sur la priorité donnée au client et l'impartialité du conseil.

Pour plus d'informations sur Phone House, visitez : www.phonehouse.fr

Et venez échanger sur le blog www.generation-phonehouse.fr

Contacts Presse – Notoriété Publique

Fabienne Torres-Baranes : f.torres-baranes@notoriete-publique.fr – 06.87.99.20.52

Caroline Sarghat : c.sarghat@notoriete-publique.fr