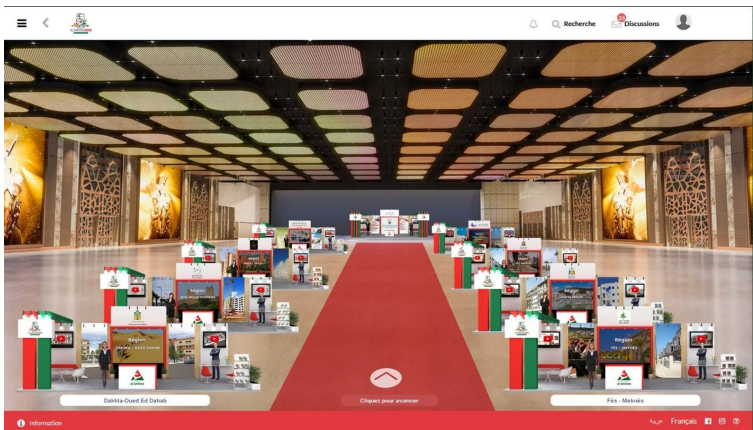




AL OMRANE EXPO, VIRTUEL, UN DISPOSITIF INNOVANT ET UN SUCCES CONFIRME



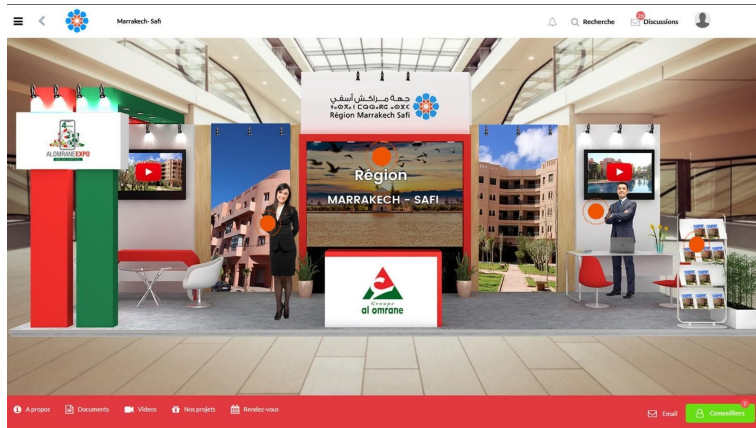
Rabat : 29 décembre 2020. Le Salon Al Omrane Expo Virtuel, organisé par le Groupe Al Omrane, sous l’Egide du Ministère de l’Aménagement du Territoire Nationale, de l’Urbanisme, de l’Habitat et de la Politique de la Ville du 17 au 22 décembre a connu un vif succès. En effet, durant les 5 jours, l’évènement a généré plus de **16 millions de vue** et un flux de plus de **113 000 personnes** vers la plateforme. Le nombre de visites sur les stands a dépassé les 12 000 et les conversations avec les conseillers les 17 000. Inauguré le 17 décembre 2020, via une conférence en semi présenteielle, ce salon sous cette forme constitue une nouvelle étape dans la politique de proximité du Groupe, pour répondre au mieux aux attentes des clients-citoyens et de ses partenaires, dans un contexte sanitaire fortement impacté par la pandémie COVID19.

Ainsi, à travers le maintien de ce Salon qui en est à sa 4^{ème} édition, le Groupe réaffirme son engagement dans sa stratégie de digitalisation. Le thème choisi cette année est « **CONCRETISEZ VOTRE PROJET IMMOBILIER EN UN SIMPLE CLIC** ».

Cette édition était également l’occasion de capitaliser sur la marque **ALOMRANEEXPO**, lancée en 2017 au Maroc et exportée à l’étranger en 2019 pour répondre aux attentes des marocains du Monde, marquant ainsi une nouvelle étape de ce **rendez-vous incontournable** tant au niveau national et qu’international.

Le nouveau format virtuel du salon vient enrichir **la nouvelle expérience clients** mise en place par le Groupe Al Omrane, dans le cadre de sa **stratégie digitale**, pour promouvoir ses produits, faciliter l’accès aux clients-citoyens à l’échelle nationale et internationale et de leur permettre de bénéficier d’offres variées et attractives sur l’ensemble du territoire marocain. Le Groupe Al Omrane s’est en effet inscrit, depuis Mars dernier, dans une approche d’optimisation et d’agilité dans son fonctionnement interne et externe pour garantir une

meilleure interaction avec ses collaborateurs, ses clients et ses partenaires, malgré les contraintes de la crise sanitaires Covid 19. Cela s'est traduit par l'introduction de plusieurs **actions tournées vers le digital**, telles que les campagnes média via les canaux digitaux, le **lancement de nouvelles fonctionnalités** au bénéfice de la proximité avec les clients-citoyens comme le **Chatbot** (robot conversationnel basé sur l'intelligence artificielle et permettant aux citoyens d'avoir un accès instantané et permanent à l'information 24h/24 et 7j/7), les **appels vidéo avec les conseillers commerciaux**, la **postulation en ligne** dans le cadre de l'acquisition de biens ou encore la **prise de rendez-vous en ligne avec les conseillers Al Omrane**.



Le salon virtuel fut ainsi le dernier dispositif lancé par le Groupe, en 2020, mettant à la disposition de ses clients potentiels une **plateforme intégrée, performante, accessible via les différents terminaux** (PC, tablette, smartphone) et assurant un parcours client attractif permettant d'échanger en temps réel via live chat (audio – vidéo – texte) avec les conseillers commerciaux des sociétés filiales du Groupe dans l'ensemble des régions du Royaume, de la représentation du Groupe à Paris et des partenaires institutionnels et bancaires. Il a aussi permis de donner un **accès 24h/7 à différents supports multimédias**, vidéos, brochures, visuels promotionnels des projets, visites virtuelles, qui resteront accessibles jusqu'au 17 janvier 2021. Deux événements majeurs ont été organisés en marge du salon : une **conférence institutionnelle** coorganisée avec le ministère de tutelle et **3 conférences thématiques** autour des services bancaires et notariaux pour faciliter l'accès à l'information aux clients-citoyens.