EQUIP AUTO 2019

DOSSIER DE PRESSE

15 octobre 2019

autodistribution
LE SPÉCIALISTE DE LA PIÈCE AUTO ET POIDS LOURDS

AUX COTES DES REPARATEURS POUR DEVELOPPER LEURS ACTIVITES

DES NOUVELLES OFFRES POUR REPONDRE A LEURS ATTENTES

Le dispositif national pneumatique Autodistribution

Autodistribution propose une offre large pour les réparateurs sur toutes les marques principales de pneumatique du marché. Ses deux dispositifs logistiques, stockage par le distributeur et drop-shipping avec SLPA et Chronopneus, lui permettent de livrer ses clients depuis ses stocks en magasins en H+2/H+4, ou depuis ses plateformes en J+1.

Frédéric Gaillard, Directeur Général des Activités de Distribution Véhicules Légers chez Autodistribution, déclare : *« la prise de participation dans le capital de SLPA Pneus et la concrétisation d'un partenariat de distribution avec Chrono Pneus, nous a permis d'enrichir notre portefeuille de marques pneumatique et d'être plus réactifs. Toute notre stratégie vise à garantir la meilleure offre et le meilleur service possible à nos clients pour leur donner les moyens d'accroître leur activité sur leur 2ème entrée atelier ».*

Le renforcement de son offre grâce au partenariat LEAO TYRE

Afin d'élargir davantage son offre, Autodistribution a annoncé lors de son congrès à Malte la concrétisation d'un partenariat exclusif sur le marché des distributeurs grossistes indépendants, avec LEAO TYRE. Cette marque appartient au groupe Ling Long, l'un des premiers manufacturiers chinois avec une capacité de production annuelle de 77 millions de pneus. LEAO TYRE, plébiscitée par AutoBild en Allemagne, propose un très bon rapport qualité prix et une garantie à vie, y compris pour choc et vandalisme.

En partant du prix du marché et en remontant la chaîne de valeur vers le réparateur et le distributeur, Autodistribution a élaboré avec son partenaire une offre compétitive qui garantit à chacun un niveau de marge correct en euros/pneu.

Yannick Savina, Directeur Marketing chez Autodistribution, précise : « *Pour redynamiser notre offre pneumatique, notre réseau AD a été mobilisé. Nous avons mis en place des opérations commerciales d'envergure pour annoncer le partenariat avec LEAO TYRE : plus de 6 millions de dépliants ont été distribués aux automobilistes des zones de chalandises des garages, les messages ont été relayés par AD.fr et sur de la PLV. En outre, nous avons valorisé notre offre pneu globale avec les autres marques Premium que nous proposons* ».

Les résultats :

À fin septembre, les ventes de pneus en BtoB toutes marques confondues progressent de 18% de CA et en volume (périmètre filiales movex).

L'ACCOMPAGNEMENT POUR AMELIORER L'EFFICACITE ET LA PRODUCTIVITE

Autodistribution poursuit la mise en place d'un dispositif d'accompagnement pour améliorer l'efficacité et la productivité du Réseau AD. Au programme d'Equip Auto : mise en avant des avancées réalisées depuis Malte et présentation des nouveautés.

Mon espace AD, l'extranet du Réseau

Depuis son lancement en décembre 2018, 98% des réparateurs du Réseau AD ont activité leur compte MON ESPACE AD. Tous les jours, plus 200 entreprises se connectent à cet espace digital. Elles peuvent y retrouver toute l'actualité du Réseau, 40 fiches tarifaires, une vingtaine de partenariats à disposition du Réseau, le catalogue de formations proposé par l'Institut AD ou encore l'accès aux différentes solutions métiers proposés par Autodistribution (Autossimo, Opisto.fr, AD.fr…).

Des DMS qui évoluent en permanence en fonction des besoins…

Annoncé à Malte, l'outil de gestion du Réseau AD Mécanique AD-MS 360 intègre depuis début 2019 les accords-cadres du Réseau. Les conditions des contrats y sont présentées de manière simple et claire. Les apporteurs d'affaires peuvent donner leur accord sur une prestation directement depuis l'interface. Il s'agit d'un gain de temps considérable pour les entreprises et il y a moins de risque d'erreur sur la facturation.

L'outil du réseau Carrosserie Alpha-Sigmac, évolue quant à lui régulièrement pour apporter toujours plus de service aux carrossiers.

…et l'arrivée de la solution double enseigne Alpha 2A-Sigmac

Autodistribution annonce le lancement en phase pilote de l'outil de gestion double Enseigne : Alpha 2Sigmac, édité par Lacour, avec un objectif de commercialisation pour 2020.

Celui-ci reprend toutes les fonctionnalités de base du DMS carrosserie Alpha-Sigmac en y intégrant les spécificités du DMS mécanique pour le Réseau AD. Il permet au professionnel de la réparation de piloter sur un même outil ses deux activités. Le réparateur peut ainsi à la fois gérer ses rendez-vous en ligne via AD.fr et iDGARAGES.com tout donnant la possibilité à son client d'accéder à Mon suivi AD pour suivre sa prestation carrosserie. L'ensemble des accords-cadres et des promotions carrosserie et mécanique y figurent. L'interface avec la solution OPERA est également effective, lui permettant de réaliser des tableaux de bord mensuel et de suivre ses indicateurs pour ses deux activités très facilement.

La solution nationale de médiation client

Depuis le 1er janvier 2016, le professionnel doit proposer à ses clients la médiation comme mode de résolution des litiges, les adhérents AD doivent répondre à cette obligation légale. Pour les y aider, Autodistribution a mis en place depuis janvier 2019 une solution médiation clients pour leur garantir d'être en conformité avec la législation.

Fabien Guimard, Directeur des Réseaux de Réparation Automobile chez Autodistribution, précise : « *Nous l'avions promis, c'est aujourd'hui chose faite : un service de médiation est proposé à tous les réparateurs AD, comme solution en dernier recours. Pour le moment, personne n'a eu besoin d'utiliser ce service. Tant mieux ! Cela confirme que notre département qualité fonctionne très bien… ».*

Lancement de « Mon assistance juridique AD »

Depuis leur espace AD, les carrossiers et garages AD ont la possibilité d'accéder à un service d'assistance juridique depuis le début du mois d'octobre. 150 juristes sont à leur disposition pour toutes les questions concernant le droit social, fiscal et droit des sociétés. Le service propose un accompagnement juridique et social personnalisé avec :

- Une hotline et des fiches juridiques
- Des courrier types à télécharger
- La possibilité de prendre des rendez-vous téléphoniques avec les juristes

// EQUIP AUTO // Cette solution est présentée sur le stand Autodistribution pendant toute la durée du salon

DES SOLUTIONS POUR ACCROITRE LES ENTREES ATELIER

Le digital, premier apporteur d'affaires pour le Réseau AD mécanique

Créés en 2012 et 2014, les sites iDGARAGES.com et AD.fr ont été précurseurs dans le devis et la prise de rendez-vous en ligne pour les automobilistes. Les solutions digitales du groupe PHE répondaient à un besoin croissant des particuliers d'être en contact en permanence avec leur réparateur. Elles connaissent depuis leur lancement une croissance exponentielle. Aujourd'hui, ces sites sont le premier apporteur d'affaires pour le Réseau AD mécanique, pour lequel la démarche digitale est parfaitement intégrée au fonctionnement quotidien de l'atelier.

Résultats :

Au mois de juillet 2019 : près d' un million de visiteurs uniques cumulés sur les deux sites.

En fin septembre 2019 :

- AD.fr :
  - 13 300 rendez-vous en ligne générés, soit 32% de plus qu'en 2018
  - 2,2 millions d'euros de chiffre d'affaires apporté au Réseau AD Mécanique (+32% vs 2018)
- iDGARAGES.com :
  - 43 200 rendez-vous en ligne générés, soit 16% qu'en 2019
  - 4,9 millions d'euros de chiffres d'affaires apporté aux réparateurs (+13% vs 2018)

La communication TV et le lancement de nouveaux spots : toujours plus de notoriété pour la marque AD

Depuis 5 ans, AD investit avec constance dans la visibilité de la marque en télévision, pour atteindre 5 millions d'euros d'achat d'espaces bruts en 2109 avec le sponsoring de la Météo de France 2 et de l'émission *C'est Canteloup* sur TF1 en prime time, ainsi que 3 vagues de spots TV par an sur TF1, M6, et les grandes chaînes de la TNT.

Au mois de janvier 2019, le Réseau a lancé une nouvelle campagne publicitaire signée de la promesse de marque « AD c'est sûr ». Les téléspectateurs ont pu découvrir 3 spots de 15'' autour des thèmes majeurs pour le Réseau : « multimarques », « AD.fr » et « diagnostic électronique », qui ont incarné une image professionnelle et chaleureuse de la marque AD afin de gagner la préférence clients.

Après Equip Auto, de nouveaux messages seront diffusés autour de l' Offre Contrôle Technique (pour 99 €, AD s'occupe de tout), et la Garantie à vie Carrosserie, deux engagements forts du Réseau.

Spot Offre Contrôle technique

Spot Offre Garantie à vie Carrosserie

Résultats :

La montée en puissance régulière de la stratégie média en TV a permis d'obtenir d'excellents résultats : le taux de notoriété assisté de l'enseigne AD était de 31,8% en juin 2015, de 41% en juillet 2018, et il atteint cette année 46%, son plus haut niveau.

Piloter sa satisfaction clients et son e-réputation avec CRITIZR, la nouvelle solution pour le Réseau AD.

Depuis l'été 2018 les avis clients sont publiés sur AD.fr, par l'intermédiaire d'Avis Vérifiés, un prestataire indépendant. Le Réseau AD dispose d'une très bonne note globale : 4,4 sur plus de 1600 avis récoltés sur les 12 derniers mois.

Pour permettre à son Réseau d'aller encore plus loin dans la gestion de sa satisfaction clients et de son e-reputation, Autodistribution a lancé en septembre ou nouvel outil en phase pilote, utilisant la technologie Critizr, déjà utilisée par les distributeurs du groupe (voir page 8).

La solution spécifiquement conçue pour répondre aux besoins des réparateurs regroupe deux fonctionnalités clés :

Mesure de la satisfaction des automobilistes après une intervention

Il permet de mesurer la satisfaction des automobilistes sur les entrées « classiques », c'est à dire qui ne proviennent pas d'AD.fr. Un questionnaire de satisfaction est envoyé automatiquement au client après l'intervention. L'automobiliste peut donner son avis détaillé dans quatre catégories : compliment, question, réclamation, suggestion.

Plateforme de pilotage de son e-réputation

Tous les avis générés sont automatiquement publiés sur une plateforme qui intègre également tous les avis internet de l'entreprise (Google, réseaux sociaux…). Le réparateur peut ainsi retrouver sur un même espace l'ensemble des avis le concernant, y répondre très facilement et suivre son NPS (score de recommandation).

Yannick Savina, Directeur Marketing, précise : « *Avec Critizr, nous avons deux objectifs. Celui de mettre en avant la satisfaction clients de notre Réseau et celui de simplifier le pilotage de son e-réputation pour le réparateur. Deux objectifs qui se rejoignent, puisque répondre aux avis et gérer son e-reputation contribue à gagner la préférence clients ».*

SE PROJETER SUR LES NOUVELLES ATTENTES DES CLIENTS : VERS DE NOUVEAUX SERVICES

De nouveaux services proposés pour les clients des carrossiers AD

Le Service à Domicile en ligne (SAD), la prise de rendez-vous simplifiée

Annoncé à Malte, le Service à Domicile en ligne (SAD) est opérationnel sur AD.fr. Il s'agit d'une fonctionnalité où les loueurs, gestionnaires de flottes, assureurs, peuvent prendre rendez-vous en toute facilité pour un SAD directement depuis AD.fr/pro. Une solution qui répond à une attente aussi bien du gestionnaire que de l'automobiliste, et qui permet à l'atelier d'organiser plus facilement ses disponibilités.

Résultats : À ce jour près de 1100 rendez-vous SAD ont été déployés depuis le planning en ligne. À terme, 100% des dossiers passeront uniquement par ce canal (soit entre 18 000 et 20 000 dossiers).

Mon suivi AD, pour voir en temps réel l'évolution de l'intervention

Une nouvelle fonctionnalité annoncée à Malte est également disponible pour les automobilistes qui prennent rendez-vous pour une réparation carrosserie sur AD.fr : Mon suivi AD.

Dès qu'un véhicule entre dans une carrosserie AD, Alpha-Sigmac, le DMS du Réseau, envoie un lien à l'automobiliste vers un mini-site qui permet au client de suivre toutes les étapes de réparation de son véhicule, depuis son entrée en atelier jusqu'à sa restitution.

Résultats : En 2019, 40% des conducteurs ont bénéficié du suivi de la réparation dans le cadre des accords du Réseau avec les assureurs courtiers, loueurs et flottes.