

COMMUNIQUE DE PRESSE

Jusqu'à 8 appels téléphoniques pour recueillir la satisfaction d'un client... Est-ce bien raisonnable en 2018 ?

Coûteuses pour les distributeurs, intrusives pour les automobilistes et désuètes pour tout le monde... les enquêtes de satisfaction téléphoniques ne présentent plus un grand intérêt dans une économie qui se digitalise.



Abandonnées par la plupart des constructeurs, les enquêtes téléphoniques des distributeurs automobiles sont progressivement remplacées par un processus de recueil 100% digital – plus actuel, moins invasif et bien plus qualitatif en matière de données clients recueillies.

L'usage de l'email ou du sms dans le recueil d'un avis réduit considérablement le sentiment de sur-sollicitation vécu par l'automobiliste : sur 350.000 avis recueillis par GarageScore en 2017, seuls 0,01% des clients indiquent ne plus vouloir être sollicités.

Avec un **taux de réponse client élevé** (de 35% à 50%), GarageScore a développé un service digital 100% automatique, permettant aux concessionnaires (multi site et multimarque) de collecter un **nombre important de datas clients** sur le VN ,VO, et l'APV : enrichissement des coordonnées clients (email - adresse postale - mobile), identification et qualification de projets d'achat, zone de chalandise, motivations d'achat, comparatif concurrence, niveau de satisfaction... Grâce à **ces données qualifiées en temps réel**, les professionnels ont désormais la possibilité de reprendre la main sur le suivi de leurs clients tout en détectant des points d'amélioration notamment via l'identification de clients mécontents.

« Face à l'exigence et la volatilité des automobilistes, la solution temps réel de GarageScore nous apporte une grande réactivité lorsqu'un client exprime une insatisfaction, tous services confondus ! » affirme Jean-Michel Demarcq, Directeur Après-Vente du groupe Lempereur.

« GarageScore est l'outil du quotidien pour nos équipes car la connaissance de nos clients est préalable à leur satisfaction », affirme Armelle Salas, Directrice Qualité du groupe Maurel.

Une connaissance client qui contribue également au développement des ventes. Sur l'année 2017, GarageScore a ainsi pu identifier plus de 47.500 intentionnistes d'achats qualifiés (timing du projet, modèle souhaité, reprise à effectuer...) auprès des clients atelier.

« Identifier les intentionnistes en amont de leurs recherches nous permet d'anticiper et d'accélérer notre démarche commerciale. Résultat : nous avons réalisé 201 ventes sur ces clients lors des 12 derniers mois », confirme Franck Follet, Directeur Marketing du groupe Cobredia.

Modernité, gain de temps, ventes additionnelles, amélioration continue... Face aux évolutions attendues du métier de la distribution, la solution GarageScore est une réponse pertinente et rentable qui a su séduire plus de 700 établissements tels que récemment : Nomblot, Bodemer, Parascandola, Rouyer, Patric, GGE...

ANNEXE

Qui est GarageScore ?

Dédiée aux professionnels de la vente et de l'entretien automobile, GarageScore est une solution de Management Digital de la Satisfaction Client et de recueil d'avis clients (via email et/ou sms) sur le VN, VO et l'Atelier.

GarageScore en quelques chiffres *(chiffres de décembre 2017)*

- Création en septembre 2015 par Olivier Guillemot (Président, Co-Fondateur), Benjamin Dechenaud (Directeur Général, Co-Fondateur), Benjamin Bodrefaux (Directeur Produit, Co-Fondateur) et Jean Sébastien Carinos (Directeur Technique)
- 20 collaborateurs
- 740 concessions partenaires
- 1.030.000 clients sondés
- 365.000 avis collectés
- 23.000 clients mécontents identifiés et suivis
- 47.500 projets identifiés :

Pour plus d'informations : www.garagescore.com

