



Pour diffusion immédiate

La connaissance du client aide les ateliers de carrosserie à s'adapter à l'avenir

L'industrie de la réparation automobile se consolide ; moins d'acteurs contrôlent à présent à qui seront attribués les travaux et il est donc plus important que jamais pour les carrossiers de se préparer au mieux pour l'avenir afin de pouvoir survivre. Écouter les clients est une façon d'y parvenir, mais comme l'explique Jim Muse, vice-président de l'activité Refinish d'Axalta pour la région EMEA (Europe, Moyen-Orient et Afrique), cela n'est pas aussi simple qu'il y paraît !

Bâle, Suisse – 7 juillet 2020 - Le marché de la réparation automobile évolue rapidement. Aujourd'hui, les carrossiers sont confrontés à une pression constante sur leurs marges tout en étant contraints d'investir dans les nouvelles technologies et la formation. Par ailleurs, le marché de la réparation doit faire face à une main-d'œuvre vieillissante et à une pénurie de bons techniciens qualifiés.

« C'est une réalité qui existait bien avant que l'industrie ne doive faire face au coronavirus. Ces problèmes sont désormais amplifiés et les carrossiers doivent agir rapidement pour assurer leur pérennité, sinon ils risquent de ne pas survivre », déclare Jim Muse, vice-président de l'activité Refinish d'Axalta pour la région EMEA (Europe, Moyen-Orient et Afrique).

Qu'est-ce qu'assurer la pérennité ?

L'assurance de la pérennité signifie simplement qu'une entreprise a planifié et mis en place des changements pour faire face aux défis futurs. En mettant l'accent sur la pérennité, les entreprises réduisent les risques qui peuvent les rendre obsolètes ou inadaptées. Une mesure

qui est largement acceptée dans un plan de prévention des risques est d'être à l'écoute des clients. De nombreux ateliers de carrosserie peuvent dire qu'ils le sont déjà car ils discutent avec les propriétaires au moment de la réception et de la restitution des véhicules, mais comme le souligne Jim Muse, ce n'est pas toujours aussi simple.

« Écouter nos clients est bien sûr essentiel, mais il y a des étapes à compléter avant et après. Les carrossiers doivent comprendre qui est le client avant de pouvoir l'écouter, et ils doivent comprendre quelles sont ses priorités afin de pouvoir échanger avec lui dans l'optique appropriée - c'est ce qu'on appelle l'intelligence client », explique-t-il.

Qui est le client ?

Plusieurs candidats sont en ligne pour le titre de « client type d'atelier de carrosserie » : le conducteur, la société de gestion des sinistres, la compagnie d'assurance, le constructeur automobile et éventuellement la société de flotte / de leasing.

Alors, lequel est-ce ? Voici la clé du mystère : ils le sont tous. Et si un carrossier n'identifie pas celui auquel il a affaire, il s'expose à des difficultés », précise Jim Muse.

Les dynamiques individuelles du marché peuvent conduire les carrossiers à prendre des décisions stratégiques sur l'opportunité d'échanger ou non avec un ou plusieurs de ces groupes de clients. Les ateliers de carrosserie qui choisissent de s'adresser à tous les clients doivent comprendre que chaque sous-segment doit être traité individuellement, car chacun a ses propres exigences et besoins.

« Il ne s'agit pas de mettre en place une approche uniforme. Une enquête récente a démontré que 62 % des entreprises investissaient pour répondre aux besoins changeants de leurs clients¹, ce qui est une démarche commerciale judicieuse. Notre équipe possède des années d'expérience approfondie sur de multiples marchés et a travaillé avec tous les niveaux de groupes de clients avec lesquels travaillent les carrossiers. Nous savons ce qui est important pour chacun d'entre eux et quelles sont leurs priorités », ajoute Jim Muse.

¹ Walker Info 2020 Customer Experience Report
<https://www.walkerinfo.com/Portals/0/Documents/Knowledge%20Center/Featured%20Reports/WALKER-Customers2020.pdf>

Le conducteur

Les besoins de ce client sont, d'une certaine manière, les plus simples à satisfaire. Ils veulent retrouver leur vie d'avant leur accident de voiture. Autrement dit, ils veulent récupérer leur voiture le plus rapidement possible, sans que leur vie ne soit perturbée.

« Le conducteur souhaite généralement que l'esthétique de la réparation soit parfaite ; si ce n'est pas le cas, il est presque certain qu'une réclamation suivra ce qui est toujours un désagrément pour le carrossier. Les compétences du réparateur sont donc un facteur important lorsqu'il s'agit de traiter avec ce client », explique Jim Muse.

La société de gestion des sinistres

Les exigences de ce type de client sont sensiblement différentes de celles du conducteur. En tant qu'intermédiaire dans le processus de réparation, la rapidité et la communication sont essentielles ; il veut que les carrossiers entrent immédiatement en contact avec le conducteur. Il souhaite également que la voiture soit réparée - uniquement pour le travail convenu - rapidement et au juste prix.

« Et ce client veut des mises à jour sur les progrès en temps réel, ce qui peut être une charge de travail importante pour les carrossiers s'ils ne sont pas préparés », déclare Jim Muse.

La compagnie d'assurance

Ce client a de multiples demandes pour un atelier de carrosserie. « Les compagnies d'assurance veulent que les carrossiers donnent la priorité à leur voiture avant toute autre chose, quoi qu'il arrive - la réparer en premier. Elles veulent que le travail soit effectué par un personnel dûment qualifié, capable d'effectuer le travail rapidement et dans les limites de coûts appropriées », précise Jim Muse.

L'interaction avec ce client doit être gérée avec beaucoup de prudence car la compagnie d'assurance considère la manière dont son souscripteur - le conducteur - est traité par l'atelier de carrosserie comme le moment de vérité : celui où le souscripteur réalise et comprend enfin pourquoi il a payé pour sa police d'assurance. C'est également le moment où le service offert par la carrosserie se reflète sur la réputation de l'assureur - positivement ou négativement. « Le pire scénario est celui où le conducteur dépose une plainte auprès de l'assureur », ajoute Jim Muse. Pour la compagnie d'assurance, l'expérience positive du conducteur est essentielle pour

le conserver comme souscripteur.

Le constructeur automobile

« La réputation, les normes et la sécurité sont toutes très importantes pour ce client. Les ateliers de carrosserie doivent respecter ses normes strictes afin de préserver la réputation de la marque. Dans le cas contraire, le fabricant risque de perdre des revenus futurs car les clients se tourneront alors vers d'autres marques. Pour l'atelier de carrosserie, c'est non seulement sa propre réputation qui sera ternie, mais il risque en plus de perdre des homologations lucratives et prestigieuses », explique Jim Muse.

Alors que la technologie des véhicules autonomes poursuit sa tendance à la hausse, ce client devient particulièrement important. Si l'atelier de carrosserie commet une erreur de réparation, par exemple en ce qui concerne le réglage des capteurs, le constructeur automobile pourrait être confronté à des problèmes juridiques potentiels pour des réparations non sécurisées.

Les flottes / sociétés de leasing

Pour ce client, les ateliers de carrosserie doivent réaliser que le volume est la clé. Plus l'atelier de carrosserie pourra industrialiser le processus de réparation et plus la flotte ou la société de leasing sera susceptible de lui apporter du travail.

« Le temps et les coûts sont bien sûr essentiels pour les propriétaires de flottes, mais un travail de qualité signifie qu'ils peuvent retirer le véhicule du parc avec moins de contraintes, ce qui représente un énorme avantage pour eux et une opportunité importante pour la carrosserie », ajoute Jim Muse.

L'expérience globale du client est un autre élément à prendre en considération pour communiquer avec ce client. C'est particulièrement important lorsqu'on a affaire au conducteur d'une voiture de flotte d'entreprise. En d'autres termes, le conducteur de cette voiture de société est le bien le plus précieux de l'entreprise et l'atelier de carrosserie doit le traiter comme tel.

La meilleure voie à suivre

Pour les carrossiers qui sont déjà confrontés à de nombreuses pressions chaque mois, ajouter un autre sujet de préoccupation peut ne pas sembler être la meilleure façon de préparer l'avenir, mais c'est cependant une activité essentielle.

UN CLIENT SATISFAIT EST UN CLIENT FIDELE

« Comme le dit si bien la maxime, *un client satisfait est un client fidèle*, il est donc important d'écouter son client. Mais ce qui est vital pour la croissance future et la sauvegarde d'une entreprise durable sur ce marché volatile, c'est de comprendre l'intelligence client. Reconnaître qu'il existe plus d'un type de client, savoir qui ils sont, comprendre quels sont leurs besoins, et apprendre à communiquer au mieux avec chacun d'eux, est essentiel pour assurer la pérennité de la carrosserie. Ce n'est pas toujours facile, c'est pourquoi nous recommandons aux carrossiers d'envisager un partenariat avec des organisations qui peuvent les aider à relever ce défi de manière professionnelle, efficace et efficiente », ajoute Jim Muse pour conclure.

Pour plus d'informations au sujet d'Axalta Refinish, connectez-vous sur www.refinish.axalta.eu.

À propos d'Axalta Refinish

Axalta Refinish – partie intégrante d'Axalta, un leader mondial entièrement axé sur les peintures – est un partenaire international fiable pour nos clients du secteur de la réparation automobile qui exigent d'être pleinement satisfaits. Ils font confiance à nos technologies de peinture rapides, efficaces et de haute qualité, et à nos procédés de gestion numérique intégrés qui rendent l'ensemble du processus de réparation de peinture plus rapide, plus simple et plus rentable. Avec plus de 150 ans d'expérience dans l'industrie de la peinture, notre engagement envers l'innovation et nos technologies en perpétuelle évolution signifient que nous pouvons offrir à nos clients un choix de couleurs illimité pour des correspondances de teinte parfaites. Nous travaillons sans relâche pour anticiper les besoins de nos clients afin qu'ils puissent relever les défis auxquels ils sont confrontés chaque jour. Nous avons un portefeuille de marques impressionnant pour tous les besoins des carrossiers, pour tous les segments du marché et pour tous les niveaux de maturité du marché. Pour de plus amples informations, connectez-vous sur refinish.axalta.eu et suivez-nous sur [LinkedIn](#)

###