
C O N V E N T I O N L I S B O N 2 0 1 5

November, 19-20

L'Amicale Européenne des Concessionnaires Peugeot (AECP) a réuni 400 concessionnaires Peugeot issus de 18 pays européens fin Novembre à Lisbonne, Portugal. Des échanges placés sous le signe des best practises, avec des témoignages de membres du réseau dans le domaine du digital ou du VO low cost, mais également des ouvertures sur les tendances du marché de la distribution auto au Royaume Uni, sur l'avenir général de la distribution automobile vu par McKinsey ou sur la révolution digitale dans le monde de l'hôtellerie. Après une première journée consacrée à la réflexion et aux échanges entre investisseurs du réseau, la seconde s'est placée sous le signe du dialogue avec la marque autour de six grands sujets: Image de marque et pricing, Qualité de service clients, Nouvelle stratégie PR, Défi Digital, Stratégie réseau et Rentabilité Réseau.

Concernant la Qualité de Service, on aura constaté un objectif commun d'amélioration, avec une demande du réseau de mieux comprendre les situations pays par pays, et d'avoir une politique cohérente entre l'image, la politique de garantie et bien sûr le traitement client en concession. L'AECP a également souligné qu'il convenait de sortir du schéma manichéen consistant à voir le réseau comme l'élément faible dans la chaîne de satisfaction client. Au niveau de la Rentabilité Réseau, la demande s'est révélée unanime, celle d'une stabilité du système de marges, d'une baisse de la part aléatoire avec prise en compte des effets de seuil, et d'un meilleur partage des augmentations de volumes et de prix moyen de vente. Pour ce qui est du Digital, 2 grands challenges ont été identifiés, avec le besoin d'une information fluide et "sans couture" dans un monde omnicanal, et l'obligation d'apporter une réponse instantanée au client. Dans l'objectif d'atteindre une meilleure efficacité commerciale, l'AECP a décidé d'approfondir sa réflexion au niveau des nouveaux itinéraires clients et des interfaces en termes de Services Informatiques. Enfin, au terme de l'échange sur la stratégie Réseau, l'AECP a décidé de la création d'un Groupe de travail Réseau2020.

En synthèse, une réunion avec des échanges très francs, toujours constructifs, et un message fort de l'AECP rappelant le besoin des chefs d'entreprise du réseau en matière de visibilité, de rentabilité et de plaisir d'entreprendre. Et en conclusion un réseau européen des concessionnaires Peugeot qui s'est déclaré prêt à relever tous les défis, celui des volumes et des parts de marché, de la qualité de service client et d'une progression de sa rentabilité !

Pour l'AECP,
son Comité Exécutif