

L'Activité Automobile de Suzuki France renforce son organisation pour faire face aux nouveaux défis du marché automobile

Suzuki France fait évoluer son département Commerce Automobile en renforçant son organisation pour tirer parti des opportunités offertes par la digitalisation du marché automobile, l'arrivée de modèles électriques dans la gamme et la croissance forte de la Marque dans le BtoB.

Suzuki France poursuit son développement dans un marché automobile en forte et rapide mutation. Les nouveaux outils digitaux modifient les comportements des clients et offrent de nouvelles possibilités aux distributeurs. L'électrification massive de la gamme Suzuki, avec l'arrivée annoncée en Europe de 5 modèles 100 % électriques d'ici 2030, va permettre d'augmenter encore le potentiel de la Marque. Enfin, Suzuki France entend poursuivre sa croissance sur le marché des entreprises.

Pour faire face à ces défis, Stéphane Magnin, directeur de l'Activité Automobile de Suzuki France, renforce l'équipe du siège de Trappes. A ses côtés, deux directeurs adjoints pilotent le développement de la Marque: Jean-Philippe Sabatier pour les aspects marketing, produit, digital, formation, et Alain Le Meur pour la partie relations Presse, relations publiques, RSE, partenariats et événements.

Par ailleurs, plusieurs postes sont créés dont celui de responsable Expérience Client et Digital.

Stéphane Magnin: *«Avec cette nouvelle organisation, l'Activité Automobile de Suzuki France a les moyens et les compétences pour se développer sur un marché en transformation rapide. Notre montée en puissance en matière de digitalisation sera un atout clé pour permettre à Suzuki de devenir un acteur important du véhicule 100 % électrique, tout comme nous sommes aujourd'hui un expert reconnu de l'hybride.»*

FABIEN EDERY DEVIENT RESPONSABLE EXPERIENCE CLIENT ET DIGITAL

Suzuki France se met en ordre de marche pour franchir une nouvelle étape en matière de digitalisation en créant le poste de responsable Expérience Client et Digital. Celui-ci est confié à Fabien Edery, qui a fait la preuve de son efficacité dans son précédent poste de responsable des Ventes aux Entreprises en développant solidement les ventes BtoB.

En tant que responsable Expérience Client et Digital, Fabien Edery devra donc développer deux activités étroitement liées. En effet, les sites internet et réseaux sociaux de la Marque sont au cœur du parcours client d'aujourd'hui. Et pour les concessionnaires, le digital est un outil essentiel à la fois en amont, par exemple pour l'acquisition de prospects, comme en aval pour évaluer la satisfaction des clients.

Fabien Edery: *«L'objectif est de monter en puissance dans la digitalisation du parcours de nos clients, qu'ils soient particuliers ou professionnels; mais aussi dans les outils que nous offrons à nos Concessionnaires, notamment pour l'acquisition de prospects, la fidélisation des clients et l'évaluation de leur satisfaction.»*

JULIEN MONIN DEVIENT RESPONSABLE VENTES AUX ENTREPRISES

Stéphane Magnin, directeur de l'Activité Automobile de Suzuki France, a fait du marché des professionnels un axe majeur de développement. Et le succès est au rendez-vous: la part des ventes BtoB a doublé depuis 3 ans pour atteindre 21,5 % du total des immatriculations de la Marque en 2022, et a dépassé les 30% ce printemps.

Nommé responsable Ventes aux Entreprises en remplacement de Fabien Edery, Julien Monin a pour mission de pérenniser et amplifier ces bonnes performances. Riche d'une longue expérience dans la Marque, notamment à l'Après-Vente et sur le terrain, Julien connaît parfaitement le commerce automobile et se distingue notamment par son appétence pour le marché des professionnels.

Julien Monin: *«La progression de Suzuki France a été exceptionnelle ces dernières années sur le marché BtoB : notre part de ventes aux professionnels a doublé en trois ans. Nous allons y poursuivre notre développement en travaillant à conserver les nouvelles positions acquises auprès des grands clients «flottes» tout en accentuant notre action auprès des professions indépendantes et des PME. Le tout, en nous appuyant sur la compétence et le dynamisme de notre réseau de concessionnaires.»*



SUZUKI FRANCE S.A.S
8, avenue des Frères Lumière
78190 TRAPPES – France

GUILLAUME MANÉO DEVIENT RESPONSABLE PRODUIT ET FORMATION COMMERCIALE

Entré chez Suzuki France en tant que chef de produit en 2019, après être passé par d'autres constructeurs, Guillaume Manéo prend la responsabilité de l'ensemble des outils de communication concernant le produit: contenu produits, formation du Réseau, publicité et promotion.

La mission de Guillaume Manéo s'inscrit également dans la perspective de l'arrivée de nouveaux modèles 100 % électriques dans la gamme Suzuki. En effet, cette transformation de la gamme -80% de l'offre Suzuki sera électrique en 2030, et 20% hybride- impliquera une évolution dans les méthodes et formations commerciales.

FRANCOIS-XAVIER MARTIN DEVIENT RESPONSABLE DU PILOTAGE COMMERCIAL

Après environ une décennie passée chez Suzuki France, notamment sur le terrain, François-Xavier Martin met son expertise du commerce automobile au service de la coordination commerciale, en lien avec les chefs de Région et le Réseau, fort de 213 points de vente et service dans l'Hexagone. Il a également la charge de la relation du partenariat et du développement de Suzuki Finance.

Cette nouvelle organisation permettra à Suzuki France de mieux accompagner encore la digitalisation de ses activités. Elle permettra également de préparer l'Entreprise et son Réseau, à l'arrivée de la prochaine génération de modèles 100 % électriques: dans l'ambitieux plan moyen-terme dévoilé en janvier, Suzuki fait de l'Europe l'un de ses trois marchés-clefs, avec un plan produit particulièrement robuste et cohérent avec les attentes des clients de la Marque.