

La digitalisation de l'industrie automobile va continuer de s'accélérer en 2020

L'industrie automobile connaît depuis quelques années de profondes transformations qui l'amènent à se moderniser et à repenser continuellement son modèle de développement à long terme. Bien entendu, nous pensons spontanément à des éléments liés à l'énergie avec l'arrivée de l'électrique, mais ce n'est pas tout. En effet, une autre mutation moins médiatique fait rage : proposer une expérience client toujours plus qualitative en concession et optimiser les processus de gestion des points de vente et des ateliers. Sur ces points, la transformation des concessions est un chantier gigantesque qui va fortement faire évoluer les modèles existants.

Jouer la carte de la qualité

La première raison de cette transformation de la concession est liée à l'expérience client qui est désormais une priorité pour les constructeurs automobiles. En effet, nombre d'outils digitaux sont aujourd'hui utilisés pour mieux communiquer avec le client, recueillir des informations, son avis, etc. L'objectif des concessions étant d'accroître le niveau de service proposé, de bénéficier d'une communauté de clients fidèles (achat et entretien) et de s'entourer de collaborateurs impliqués qui représenteront parfaitement la marque, ses codes et standards. Loin d'être un simple concept, il s'agit ici d'une véritable priorité pour les constructeurs qui vont donc continuer de développer de nombreux services digitaux ces prochaines années.

Fluidifier les processus de gestion interne

L'objectif est ici de gagner en performance dans le fonctionnement de la concession et de pouvoir normaliser, industrialiser et accélérer le traitement de différents processus de gestion. Ces opérations concernent bien sûr les départements vente, mais pas uniquement. Ainsi, l'atelier se digitalise également et l'apparition de tablettes commence à se développer. Les collaborateurs peuvent ainsi mieux travailler, commander en direct, prendre des photos qui seront intégrées aux devis et aux dossiers clients, etc. Nous sommes donc bien loin des traditionnelles feuilles volantes adressées aux services comptables ou autres pour être ressaisies.

Une recherche d'agilité et de vue globale

La modernisation des concessions est enfin fortement motivée par un souhait de pouvoir gagner en efficacité ainsi qu'en rapidité, en unifiant les opérations de gestion au sein d'un environnement central. Cette logique d'harmonisation et d'unification des opérations de gestion des concessions se base sur de nombreuses possibilités d'interconnexions entre celles-ci. Il s'agit d'une petite révolution sur un marché jusqu'alors géré au niveau local pour les concessionnaires sans logique d'harmonisation.

La digitalisation des opérations des concessionnaires automobiles est donc un nouvel enjeu de compétitivité pour cette industrie très concurrentielle où les clients sont fortement courtisés et incités à changer de véhicule. En misant sur le digital, les constructeurs jouent donc la carte de l'innovation pour accompagner au mieux leurs clients et leur faire vivre une expérience unique. C'est cette même innovation qui devrait permettre aux marques et concessions de se différencier dans les années à venir.