Tjekvik dévoile une nouvelle identité de marque alors que la société étend son champ d'action à l'ensemble du parcours après-vente

- *La nouvelle identité de marque reflète une décennie de croissance et marque une nouvelle étape pour Tjekvik dans le domaine de l'après-vente chez les concessionnaires.*
- *Tjekvik évolue, passant de fournisseur de technologies en libre-service à partenaire après-vente complet pour les groupes de concessionnaires, en accompagnant chaque étape de la visite en atelier.*
- *Tjekvik prend en charge plus de 5 millions de visites après-vente chaque année et gère les activités après-vente pour plus de 2 300 concessions, réparties sur plus de 30 marchés.*

23 novembre 2026 - Tjekvik, entreprise internationale de logiciels fondée au Danemark qui propose des solutions en libre-service destinées aux services après-vente, vient de dévoiler une nouvelle identité de marque reflétant son évolution au cours de la dernière décennie ainsi que ses ambitions pour l'avenir.

Cette nouvelle marque s'inscrit dans une phase d'expansion pour Tjekvik : l'entreprise dépasse désormais le cadre des seules étapes de prise en charge et de restitution des véhicules pour accompagner l'ensemble du parcours après-vente de la préparation avant la visite jusqu'au déroulement de l'intervention et à la période qui suit afin d'aider les concessionnaires à favoriser la fidélisation de leurs clients.

Aujourd'hui, Tjekvik soutient les activités après-vente dans plus de 2 300 concessions réparties sur 30 marchés. L'entreprise gère chaque année plus de cinq millions d'interactions après-vente ; rien qu'au cours des trois premiers trimestres de 2026, plus de 2,9 millions d'enregistrements en ligne ont été effectués, soit une hausse de 22 % sur un an.

S'appuyer sur des bases de libre-service leaders sur le marché
Les clients ayant recours aux services d'entretien et de réparation utilisent Tjekvik pour effectuer leur enregistrement en ligne depuis leur téléphone ou via des bornes après-vente (installées en intérieur ou accessibles 24h/24 et 7j/7 en extérieur) dotées de casiers sécurisés pour les clés, ou encore avec un conseiller après-vente équipé d'une tablette utilisant le logiciel Tjekvik. Chaque visite permet au personnel de la concession de gagner jusqu'à 12 minutes ; les files d'attente disparaissent, et les conseillers disposent de davantage de temps pour accompagner les clients ayant besoin d'une assistance particulière.

L'ambition est désormais d'étendre cet impact positif à l'ensemble des activités après-vente.

Martin Nørgaard Høgh, PDG de Tjekvik, a déclaré *: « Tjekvik a toujours été bien plus qu'une simple solution de dépôt de clés. Aujourd'hui, nous constituons l'équipe numérique qui pilote le service après-vente de l'arrivée au départ, et pour chaque visite intermédiaire permettant ainsi aux concessionnaires d'accroître leurs revenus, à leurs collaborateurs de gagner en sérénité, et aux clients de revenir. Pionniers sur ce marché, nous concevons désormais la nouvelle génération d'outils dédiée à l'avenir du service après-vente. »*

Rendre chaque visite plus enrichissante
La promesse de Tjekvik a toujours été de donner plus de valeur à chaque visite. En tant qu'équipe numérique dédiée au service après-vente, nous allégeons les tâches répétitives en atelier, permettant ainsi au personnel de service de consacrer davantage de temps à tisser des liens, à formuler des recommandations commerciales avisées et à développer l'activité. En 2025, les concessionnaires utilisant Tjekvik ont généré 167 millions d'euros de revenus supplémentaires.

Tjekvik s'intègre d'ores et déjà aux systèmes essentiels sur lesquels les concessionnaires s'appuient au quotidien. Sa nouvelle stratégie s'appuie sur ces fondations pour étendre les fonctionnalités de la plateforme, offrant ainsi un soutien plus complet au service après-vente, tout en aidant les concessionnaires à améliorer la fidélisation, les taux de conversion et la génération de revenus.

De nouveaux outils fondés sur l'intelligence artificielle permettront de proposer des offres personnalisées tout au long du parcours client, tandis qu'un pilotage centralisé offrira aux groupes de concessionnaires et aux constructeurs une meilleure visibilité sur l'ensemble de leurs activités.

Une décennie d'innovation automobile
Fondée en 2015 par et pour des spécialistes de l'automobile, Tjekvik a été la première entreprise à introduire le libre-service dans le secteur de l'après-vente. La nouvelle marque s'appuie sur cette décennie d'expérience, avec un logo modernisé, une palette de couleurs renouvelée et un site web entièrement repensé, afin d'être prête pour l'avenir de l'après-vente.

En savoir plus sur www.tjekvik.com

***

A propos de Tjekvik
Tjekvik est l'équipe numérique qui pilote le service après-vente des concessions automobiles. Fondée en 2015 par et pour des professionnels du secteur automobile, elle intervient auprès de plus de 2 300 concessions, réparties sur plus de 30 marchés et utilisant 25 langues.

Les clients venant pour des prestations d'entretien, de maintenance ou de réparation peuvent effectuer leur arrivée et leur départ quand, comme et où ils le souhaitent : depuis leur propre téléphone, via une borne après-vente en concession, ou encore grâce à une borne après-vente extérieure équipée de casiers sécurisés pour les clés, et ce, 24h/24 et 7j/7. Les files d'attente au comptoir disparaissent, permettant aux conseillers de dégager du temps pour des tâches qui nécessitent une intervention humaine. Comme chaque client est accompagné tout au long de sa visite par un parcours numérique, des recommandations intelligentes lui

proposent les interventions complémentaires pertinentes au moment opportun, augmentant ainsi le revenu généré par chaque visite. Entre deux passages, Tjekvik maintient le lien avec le client, assure un suivi et favorise son retour en concession.

Tjekvik s’intègre aux systèmes déjà utilisés par les concessionnaires et est conçu en tenant compte des exigences des constructeurs ; ainsi, chaque point de contact arbore l’image de marque appropriée, et chaque site applique le même processus, depuis le téléphone du client jusqu’au comptoir de service.