

MON GARAGE
PEUGEOT.FR




Mongaragepeugeot.fr affirme son identité

EN REGIONS :
A LA RENCONTRE DES ELUS

Portail VO
Sa gamme de services

en page 10

EN 2021, VOTRE PROGRAMME ÉVOLUE ET VOUS RÉSERVE DE NOMBREUSES SURPRISES ET NOUVEAUTÉS !

Toute l'équipe **MICHELIN PRO BUSINESS** est à pied d'œuvre pour préparer l'animation 2021 de votre programme. Et vous pouvez compter sur elle pour faire en sorte que celle-ci soit ponctuée d'opérations originales autour de nos gammes de pneumatiques et de bons moments de convivialité à partager avec vous !



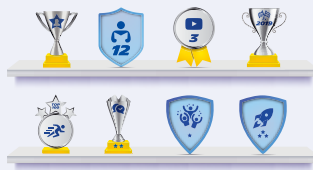
DE NOUVELLES ANIMATIONS « BUSINESS »

DE NOUVELLES ANIMATIONS « CONVIVIALITÉ »

En 2021, votre programme évolue et valorise davantage votre engagement et votre proximité, avec des avantages et des points à la clé, en plus de ceux que vous rapportent les animations BUSINESS :



DES STATUTS POUR VALORISER VOTRE NIVEAU D'ENGAGEMENT



DE LA GAMIFICATION AVEC DES BADGES ET DES POINTS À LA CLÉ



DES MÉCANISMES D'ANIMATION LIÉS À DES CONTENUS PRODUITS

Enfin, la **Boutique de votre programme se refait aussi une beauté** et vous réserve également de nouvelles animations, avec des avantages qui vous permettront de **PRO-fiter** au mieux de vos points !



La nouvelle interface améliore votre expérience de navigation, avec 17 rayons regroupant toute l'offre de cadeaux et d'articles professionnels, sélectionnée pour vous avec le plus grand soin.



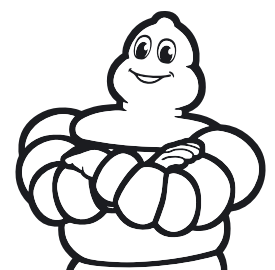
Des opérations spécifiques vous seront régulièrement proposées, pour vous permettre de profiter d'opportunités sur vos rayons préférés.

Nous vous donnons rendez-vous à partir de janvier pour découvrir plus en détail les premières animations de l'année. A très bientôt !

UNE QUESTION ?

Nous restons PROches de vous. N'hésitez pas à nous contacter !

✉ contact-fr@probusiness.michelingroup.com ☎ 04 28 29 47 48





Florence Gete,
présidente du GAAP

Cap sur 2021 !

2 020 est maintenant derrière nous et nous avons su faire face, ensemble, à la crise sanitaire et au confinement. Nous avons aussi pris conscience de nos forces et de nos faiblesses.

En 2021, à nous de capitaliser sur nos atouts : nous sommes agiles, adaptables, proches de nos clients, ... et de travailler collectivement nos axes d'amélioration et nos attentes déçues : je veux parler de notre manque de maîtrise des outils digitaux, de notre présence insuffisante sur les réseaux sociaux et le commerce en ligne.

Notre Marque ? Nous en sommes fiers, elle nous propose une gamme magnifique. C'est un atout pour nous. Mais nous devons cesser d'attendre

de la reconnaissance de nos partenaires qui ne manquent pas de nous rappeler que notre lien repose uniquement sur un contrat commercial. Voilà pourquoi je vous parle d'attente déçue !

Alors remettons ce contrat commercial au centre de nos échanges. Nous devons nous battre pour l'équité et le respect de ces relations commerciales dans les deux sens afin de préserver la rentabilité de nos affaires et leur pérennité.

La reconnaissance, je crois sincèrement que vous ne pourrez la trouver qu'au sein du Groupement : soutien, bienveillance et sentiment d'appartenance !

En 2021, des challenges majeurs et de grandes réflexions nous attendent : comment prendre le virage de la technologie électrique et hybride, que ce soit dans la commercialisation, l'entretien ou la réparation ? Comment nous imposer sur la vente en ligne en VN et VO au travers des sites de la marque Peugeot Store, Spoticar ?

Et comment développer collectivement notre visibilité d'Agent Peugeot avec tous nos atouts grâce à mongaragepeugeot.fr et les réseaux sociaux ?

Sur tous ces sujets, vos élus du Groupement travaillent avec détermination, pour nous défendre tous et nous permettre de rester des entreprises indépendantes, performantes et rentables.

Ils s'associent à moi pour vous souhaiter une Bonne Année !

Bien à vous
Florence GETE

A nous de capitaliser sur nos atouts : nous sommes agiles, adaptables, proches de nos clients, ... Et de travailler collectivement nos axes d'amélioration et nos attentes déçues..

S O M M A I R E

5 DOSSIER

- Le GAAP prend la main sur le digital

9 COMMERCE

Le GAAP mobilisé face à Peugeot Direct

10 LE VO : LES BONNES PRATIQUES DU GAAP



Directeur de la Publication : Florence Gete // Rédaction : Laurence Dupriez // Réalisation : E-T-A-I // Impression : IMB // Bayeux (14400)

GAAP - Centre Excell - ZAC des Aulnaies - 959 rue de la Bergeresse - 45160 Olivet
Tél. : 02 38 22 12 01 - e.mail : gaap@gaapfrance.com - www.gaapfrance.com



LE GAAP À LA RENCONTRE DE SES ÉLUS



Dans le respect des protocoles sanitaires, le GAAP et sa première représentante sont partis, cet été, à la rencontre des GAAP MESSENGER. Un soutien et une reconnaissance pour les réparateurs agréés des régions.

Comme un air de « Tour de France ». La pandémie liée au Covid-19 et les épisodes de confinement associés ont perturbé le bon déroulement des assemblées régionales du Groupement, allant jusqu'à annuler le rendez-vous national. Les bureaux régionaux du GAAP ont alors pris le relais au cours de l'été. D'abord à La Baule, puis à Carcassonne et enfin à Créteil. La seconde vague de l'automne a eu raison toutefois des rencontres prévues à Lyon et Metz, dont les réunions ont dû être reportées.

Le GAAP à l'échelle régionale

En présence de Florence Gete, les rendez-vous se sont inscrits dans la culture de proximité revendiquée par le Groupement. Ils ont rassemblé, à chaque fois, une vingtaine de participants, dont quelques GAAP Messenger.

Si les axes stratégiques du Groupement, définis lors du conseil d'administration à Orléans ont été rappelés, l'essentiel était bien de souligner le rôle et les actions du GAAP à l'échelle locale. Pour Sébastien Oustric, GAAP Messenger et Agent Peugeot à Beaumont de Lomagne (Tarn-et-Garonne), le format a favorisé les échanges : chaque participant a pu s'exprimer. « La journée a donné l'occasion d'apporter notre vision du terrain, de prendre du recul sur nos problématiques du quotidien, mais aussi de se sentir soutenu et entendu. » La venue de Florence Gete étant appréciée à sa juste valeur. « Sa présence témoigne d'une forme de reconnaissance des adhérents », remarque le réparateur agréé de la Marque.

Négociations nationales, actions locales

Au quotidien, nous n'avons pas toujours les structures adaptées et le temps nécessaire pour s'informer de toutes les décisions du constructeur, indique encore l'Agent Peugeot. « Le Groupement nous apporte son éclairage. Sa force repose également au plan national sur ses négociations avec la Marque. Nous n'imaginons pas toujours le travail réalisé. »

Une implication qui se complète d'actions locales à l'image des campagnes digitales et des offres commerciales après-vente lancées cet automne. « L'orientation apporte une plus-value directe aux réparateurs agréés, en impactant la charge des ateliers. » Une réalité qu'il est toujours bon de rappeler, et de faire savoir.



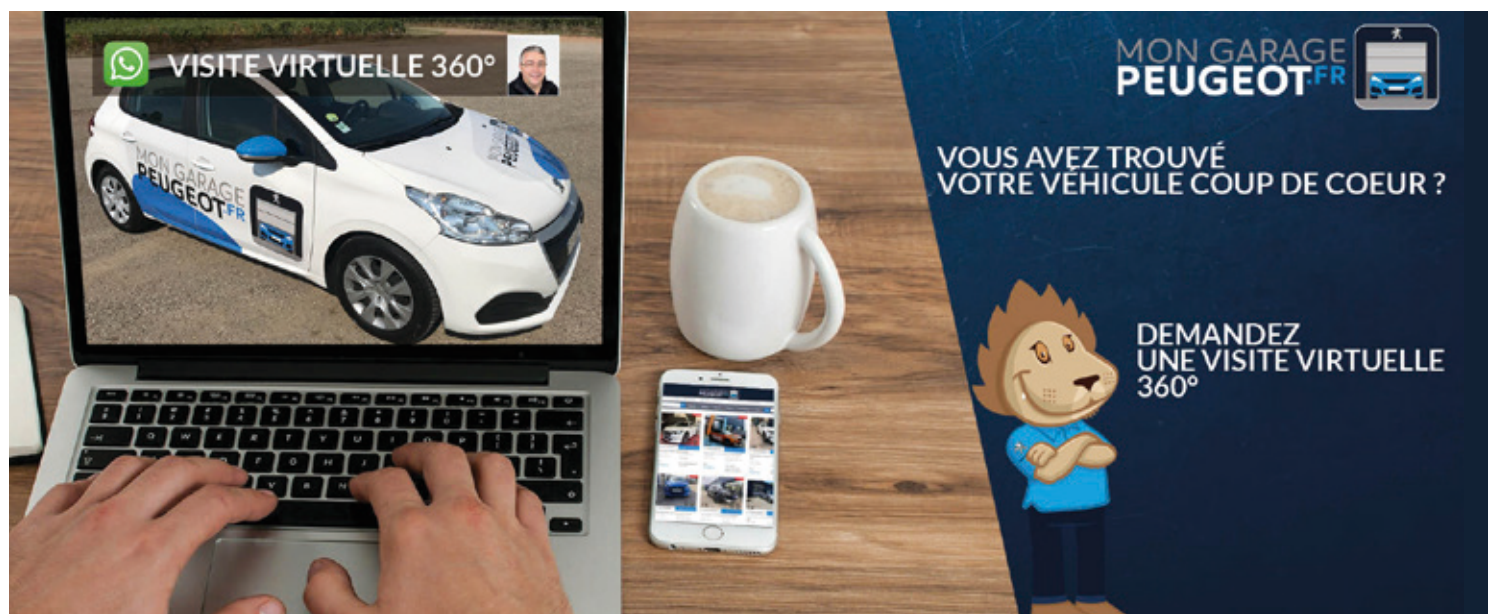
Paul Rodriguez
Premier délégué DR Paris



Corinne Léna
Première déléguée DR Rennes



Claude Dumas Premier délégué DR Toulouse



LE GAAP PREND LA MAIN SUR LE DIGITAL !

A l'heure où l'acte II du confinement entravait l'organisation des Agents Peugeot, le GAAP a capitalisé sur son expérience digitale. Grâce à une communication dynamique et à des offres commerciales incisives, les services en ligne ont offert aux consommateurs une parfaite visibilité sur le réseau. La stratégie a donné aussi aux réparateurs agréés adhérents, l'opportunité de soutenir leurs activités.



Florence GETE,
présidente
du GAAP

Commerce, services, informations à la clientèle, dans une période où la relation digitale et dématérialisée devient plus centrale que de coutume, les nouveaux outils du numérique témoignent de leur pleine utilité.

Accompagner les Agents adhérents par le biais de solutions simples à mettre en œuvre sur les réseaux sociaux, et donner de la visibilité à travers le digital grâce à mon-garage-peugeot, le GAAP agit comme un facilitateur, indique sa présidente Florence Gete. Car les besoins se font plus prégnants.

Déjà, cet été, la campagne de notoriété mongaragepeugeot.fr que le Groupement avait initiée sur Google et Facebook mettant en avant les Engagements VO et APV du réseau, avait ouvert la voie, favorisant les leads qui transitaient via mon-garage-peugeot. Le ton était donné ! Le contexte des confinements et des ventes en ligne lancées par le constructeur a incité le Groupement à prendre la main sur l'approche

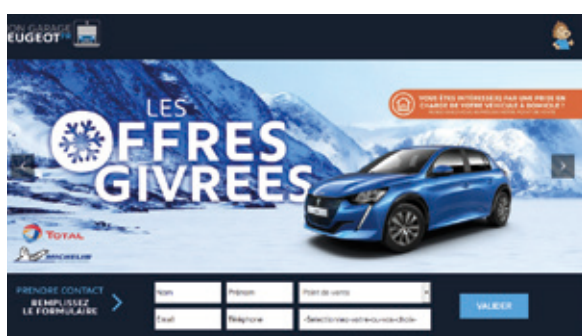
digitale et commerciale. « *Les initiatives démontrent que nous sommes en mesure de mettre en place une démarche étudiée et construite* », poursuit la première représentante des Agents Peugeot.

En pratique, le support présente l'intérêt d'assurer une réelle réactivité dans les opérations déployées. « Nos clients sont aussi des internautes, rappelle Florence Gete qui a lancé l'offensive. Nous devons être présents, pour fidéliser notre clientèle en exploitant nos fichiers via l'envoi de SMS, tout en travaillant les territoires en allant chercher des leads auprès de nouveaux clients, et en mettant l'accent sur notre notoriété. » Les Agents doivent prendre conscience de la nécessité de communiquer, même s'ils disposent d'un volant de clients fidèles, précise encore la présidente du GAAP.

Un clic pour stimuler l'activité des réparateurs agréés Peugeot, membres du Groupement, l'engagement du GAAP s'est traduit cet automne, par le lancement d'une campagne digitale majeure, sous la responsabilité de Gisèle Molines, responsable du groupe de travail « Offres APV GAAP ». Relayée via le célèbre moteur de recherche Internet, et les réseaux sociaux, la stratégie s'est voulue globale. Chaque point de vente a bénéficié en parallèle de l'envoi de mille SMS. Une opération entièrement financée par le Groupement des Agents Automobile Peugeot. Un tel soutien apparaît « évident et naturel » dans des moments difficiles. « Le Groupement fait pour ses adhérents ce que le constructeur ne peut pas faire, résume Florence Gete. Nous mettons en place des offres adaptées à notre réseau : elles nous ressemblent. »

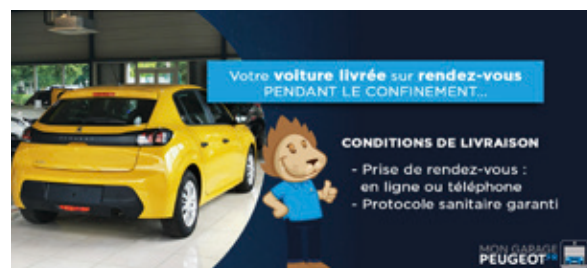
Le GAAP propose, les adhérents disposent

Outre le référencement des points de vente ouverts pendant le confinement sur la page Facebook du GAAP, mon-garage-peugeot s'est fait le relais des prises de contacts en ligne, des visites virtuelles des VO (à partir des applications en visioconférence depuis Whatsapp, Messenger ou Facetime...), et naturellement de la livraison toujours possible des véhicules neufs ou d'occasion. Sur fond de phygital, l'enjeu était bien de sensibiliser les Agents Peugeot à la nécessité de rester connecté, tout en déployant des services à même de répondre aux nouvelles attentes des clients, dans le respect des mesures sanitaires en vigueur. Le système jockey était ainsi proposé : sa mise en œuvre restant à la discrétion de chaque Agent (#restezchezvous).



Du côté de l'après-vente, afin de soutenir une activité malmenée au cours de l'année, le groupe de travail « Offres APV GAAP » emmené par Gisèle Molines a initié les « offres givrées ». Accessibles via une plateforme spécifique, les opérations « coups de poing » ont été pensées pour attirer l'attention des clients, et alimenter les entrées en ateliers grâce à une sélection de promotions (pneumatiques, balais essuie-glace, révision).

Car le contexte pandémique a eu des conséquences. « L'activité liée à l'entretien et à la réparation était considérée comme essentielle. Pour autant, force est de reconnaître que le nombre d'entrées en atelier a fortement baissé aux cours des confinements », explique Christophe Ricci, co-animateur du groupe de travail digital du Groupement.



Une proximité géographique et numérique



Le constat a guidé les réflexions des équipes du GAAP, jusqu'à définir les contours de l'action commerciale de l'automne. La première motivation a été de répondre de manière concrète à la nécessité de soutenir le réseau grâce à une offensive tarifaire sur

Dossier

une sélection de pièces, indique le responsable qui souligne le double objectif de la campagne. « *Nous souhaitons d'une part répondre aux attentes des clients dans leur parcours qui devient digital et multicanal* », à travers une campagne via Google Adwords, Facebook, Twitter... D'autre part, le programme entendait « *éduquer* » l'ensemble des réparateurs agréés adhérents du Groupement à la nécessité de communiquer dans un écosystème de l'après-vente toujours plus disputé et concurrencé. L'ambition étant de positionner les Agents de la marque comme un réseau « *dynamique* » et de proximité, qu'elle soit géographique ou numérique.

Sur le plan commercial, l'orientation s'est voulu résolument « *agressive* ». Un choix défendu par Christophe Ricci. « *L'objectif est aussi de conquérir de nouveaux clients. La période actuelle le nécessite. Nous devons nous adapter à la situation et aux besoins des clients pour assurer notre avenir.* »

La mobilisation « *encourageante* » des adhérents témoigne de la pertinence de l'approche. La réussite passe forcément par leur adhésion massive. Les leads traduisent le succès d'une initiative qui porte ses fruits. Dès les premiers jours de la campagne, 350 contacts ont été enregistrés, portant en premier lieu sur la révision.

La transformation digitale s'accélère

Inattendus et improbables, les confinements ont conduit à repenser les stratégies de communication des constructeurs, des concessionnaires et des réseaux secondaires face à l'offensive des enseignes spécialisées. « *Les Agents Peugeot doivent suivre le mouvement, avancent les représentants du Groupement. Nous devons montrer à nos clients notre présence en ligne. Notre rôle au sein du GAAP est de favoriser la montée en compétences des adhérents, en leur donnant les atouts pour répondre à la digitalisation du parcours des clients.* »

La crise singulière vécue en 2020 a accéléré le mouvement. « *Le virage digital apparaît absolument nécessaire, plaide encore Christophe Ricci. Il concerne tous les Agents. Nous devons être conscients de la nécessité de monter dans le train du digital aujourd'hui. Demain, il sera trop tard.* »

Si la démarche permet d'alimenter la charge des ateliers, elle donne également l'opportunité de maintenir les liens avec la clientèle. En ce sens, la communication digitale de l'automne, s'est complétée d'une action étendue grâce à l'envoi de SMS à partir des données issues des DMS de chaque point de vente.

L'orientation permet de préserver la fidélité, et de conserver la proximité établie. L'acquisition de leads à travers les réseaux sociaux et Internet contribuant dans le même temps à élargir la clientèle. Afin de sensibiliser le réseau à l'efficacité de la stratégie digitale et commerciale, les performances de la



Un spécialiste à votre écoute

Depuis 1977, le cabinet CAT assure les professionnels de la réparation et de la vente automobile.

Notre contrat d'assurance multirisque a été conçu spécialement pour votre métier.

Il est le fruit d'une négociation sur mesure avec de grandes compagnies d'assurance.

N'hésitez pas à nous contacter !



16, rue Médéric 75017 Paris

Tél. : 01 56 21 27 00

Fax. : 01 56 21 27 07

Mail : catassurances@wanadoo.fr

www.catassurances.com

« UNE CAMPAGNE QUI STIMULE NOS CLIENTS ET FAIT BOUGER NOS ATELIERS »



Nathalie PEREIRA, Agent Peugeot à Vernouillet (Yvelines)

« La campagne après-vente de l'automne nous a permis d'informer notre clientèle de l'ouverture de notre atelier pendant le confinement. Dans le contexte sanitaire du moment, elle a montré également que nous étions présents pour les accompagner dans l'entretien de leur véhicule. Les offres adaptées à la situation économique actuelle ont été bien perçues. Dès l'envoi des SMS, les retours ont été immédiats : nous avons enregistré une dizaine de rendez-vous, en particulier pour la révision. La durée limitée de la campagne a contribué sans doute aussi, à sa réussite. La démarche a stimulé les clients, et fait bouger nos ateliers ! Elle a évité à certains Agents Peugeot de mettre au chômage partiel leurs équipes. »

En prenant en charge le coût de l'opération, le Groupement a démontré son soutien. La démarche donne l'occasion de sortir des seules actions du constructeur, avec une communication avec une communication propre aux Agents du GAAP, garant de notre indépendance. La mentalité des consommateurs a évolué. La voiture devient un outil de mobilité. Nous devons nous adapter, être proactifs, et communiquer pour préserver leur fidélité. »

En prenant en charge le coût de l'opération, le Groupement a démontré son soutien. La démarche donne l'occasion de sortir des seules actions du constructeur, avec une communication avec une communication propre aux Agents du GAAP, garant de notre indépendance. La mentalité des consommateurs a évolué. La voiture devient un outil de mobilité. Nous devons nous adapter, être proactifs, et communiquer pour préserver leur fidélité. »

MON GARAGE PEUGEOT : LE BON RÉFLEXE !

Avec déjà près de 7000 abonnés, la page Facebook du GAAP séduit une communauté toujours plus large de professionnels et de particuliers. Pour les adhérents du Groupement, s'abonner devient non seulement un droit, mais aussi un devoir ! Si l'inscription validée en un clic permet de suivre l'actualité du GAAP et du réseau des Agents de la marque, elle revêt un second intérêt stratégique : chaque publication des Agents Peugeot inscrits, sera en effet « likée » par le Groupement, assurant dès lors une visibilité accrue de leurs posts.

campagne seront analysées en détails. Les premiers résultats montrent déjà l'appétence des consommateurs. Le constat est d'autant plus vrai que la clientèle n'a pas bénéficié d'une communication récente, indique déjà Florence Gete.

Communiquer avec l'identité de marque du GAAP

Dans un avenir proche, le programme du Groupement est appelé à s'étendre au-delà de l'après-vente. Déployé tel un fil rouge tout au long de l'année, il concernera le VN et le VO à travers des actions ponctuelles ou plus marquées. Les actions ont vocation à être encore plus présentes, plus structurées, associant les Agents et leurs partenaires, en particuliers les plaques PR et les distributeurs. Fédérer les adhérents du Groupement autour d'une stratégie de communication à la fois nationale et locale garantit une visibilité optimale. « Nous devons montrer à nos clients notre dynamisme, notre réactivité sur le terrain, en ligne, à travers des offres commerciales pertinentes pour les consommateurs comme pour les Agents », avance Christophe Ricci. Les adhérents doivent saisir les opportunités offertes par le Groupement pour franchir le pas.

Car les campagnes digitales sont faites aussi pour être toujours plus proche des clients, même à distance. Les formules clefs en mains à coûts étudiés, sont prêtes à l'emploi. « Le seul risque est de générer du trafic dans les ateliers ! », expliquent les représentants du GAAP, premier allié des Agents Peugeot.

« Dans cette accélération du digital, nous ne devons pas nous contenter de relayer les opérations de la marque, explique Florence Gete. Nous devons communiquer auprès du grand public avec notre identité propre au GAAP et aux agents Peugeot adhérents, à travers notre marque mon-garage-peugeot. » Le concept contribue à créer un esprit d'appartenance. Il permet également de fédérer le réseau des Agents Peugeot, tout en leur apportant une reconnaissance qu'ils n'ont plus ni des concessionnaires ni du constructeur. Une reconnaissance que les Agents Peugeot trouveront désormais au sein du GAAP.

Nous vous informons que les LIVRAISONS de vos VEHICULES sont maintenues auprès de nos Agents.

Les livraisons se feront sur rendez-vous en ligne ou par téléphone, dans le respect du protocole sanitaire mis en place.

Mon rendez-vous en ligne !
www.mon-garage-peugeot.fr/trouver-mon-garage-fr-fr.htm

Prenez soin de vous et vos proches !
 L'équipe Mon Garage Peugeot

#peugeot #livraison #vehicule #nouvellevoiture #vehiculeneuf #mesuresanitaires #covid_19

CONDITIONS DE LIVRAISON

- Prise de rendez-vous en ligne ou téléphone
- Protocole sanitaire garanti

A la recherche d'un véhicule d'occasion ?

Votre Agent Peugeot, vous propose une visite virtuelle, avant de vous déplacer : vous visualisez votre futur véhicule sous toutes ses coutures, demandez une proposition commerciale et posez toutes vos questions comme si vous y étiez !

Afin de respecter les mesures sanitaires, réservez en ligne ou par téléphone votre véhicule, livraison sur rendez-vous !

Découvrez nos véhicules d'occasion en ligne !
www.mon-garage-peugeot.fr/voitures-occasions-fr-fr.htm
 #peugeot #visitevirtuelle #occasion #mesuresanitaire

Mon Garage Peugeot
 Garage et vendeur de pneus

Achetez

Vous pouvez prendre vos rendez-vous en ligne pour les prestations suivantes :

- Entretien.
- Réparation.
- Carrosserie.
- Contrôle Technique.

Mon rendez-vous en ligne !
www.mon-garage-peugeot.fr/atelier-fr-fr.htm

Prenez soin de vous et vos proches !
 L'équipe Mon Garage Peugeot

#peugeot #atelier #entretien #carrosserie #reparation #contrôletechnique

NOS ATELIERS RESTENT OUVERTS PENDANT LE CONFINEMENT.

PRESTATIONS CONCERNÉES :

- ENTRETIEN
- REPARATION
- CARROSSERIE
- CONTRÔLE TECHNIQUE

1 2

LE GAAP MOBILISÉ FACE À PEUGEOT DIRECT

La stratégie digitale et commerciale de la Marque a suscité l'incompréhension et de nombreuses réactions des Agents Peugeot. Des apporteurs d'affaires de proximité, initialement non référencés dans l'application Peugeot Webstore.

Si le Groupe PSA poursuit son apprentissage des ventes en ligne, la stratégie interpelle les Agents Peugeot restés incrédules lors du lancement de Peugeot Webstore. Et pour cause : les apporteurs d'affaires n'étaient pas référencés ! « Une *ma-ladresse* » soulignée par Florence Gete, présidente du GAAP. Ne pas intégrer les Agents Peugeot a été forcément mal perçu, précise la présidente du GAAP. « *La réaction reflète l'inquiétude du réseau qui pressent la volonté de la Marque de faire baisser ses coûts de distribution. La question se pose à long terme : le constructeur souhaite-t-il vendre ses voitures sans nous ?* », s'interroge encore la représentante du Groupement.

Un sujet « fort » pour les Agents Peugeot

Une approche rectifiée, en partie, par la suite. Explication : à l'issue de la configuration en ligne d'un modèle, les clients peuvent désormais sélectionner dans la liste des points de vente proposés, une agence Peugeot. En revanche, si le véhicule est déjà en stock, les Agents ne sont alors pas associés à la vente.

Une avancée insuffisante pour le Groupement à l'heure où la Marque lançait Peugeot Direct pendant le confinement de l'automne. Un projet qui s'est accéléré suite à l'annulation du Mondial de l'Auto. En détails, les clients peuvent accéder à un stand virtuel, configurer leur véhicule avec l'aide d'un conseiller en ligne, jusqu'à générer un lead vers le point de vente choisi. Le bon paramétrage de l'outil « *commerce box* » devant conduire le concessionnaire à rediriger ensuite, le lead vers l'Agent concerné. En théorie...

Le sujet est « *fort* » pour Florence Gete. Il mobilise l'attention du GAAP. « *Nous souhaitons être intégrés malgré les difficultés techniques et politiques avancées par la Marque.* » Car la stratégie commerciale du constructeur remet en cause le business-model des Agents Peugeot, au même titre que celui des concessionnaires.

STANDARD FORMS

Imprimeur pour les professionnels de l'automobile

Demandez plus à votre imprimeur !

Tarifs préférentiels pour les adhérents GAAP



Papeterie
Imprimés VN/VO
Atelier
PLV
Cadeaux clients

www.mongaragepeugeot.standardforms.fr

email : contact@standardforms.fr

Tél : 02 47 29 80 40 - Fax : 02 47 56 04 89

STOCK PEUGEOT SUV 2008



TRouvez votre véhicule
COUP DE COEUR



STOCK PEUGEOT 208



MON GARAGE
PEUGEOT.FR 

VO : les bonnes pratiques du GAAP !

La gamme des services du Groupement s'enrichit d'une nouvelle solution automatisée de remarketing et d'inspection destinée à professionnaliser la vente de VO. Elle s'ajoute à la nouvelle image de marque créée par le GAAP.

Conçu comme un véritable « *couteau suisse 2.0* », le « *Portail VO* » accessible depuis le site www.gaapfrance.com, regroupe l'ensemble des partenaires référencés par le Groupement en matière d'achat, de logistique, de préparation, de chiffrage et de financement pour débiter dans le VO, ou en accroître l'activité.

Le parcours didactique se retrouve dans les onglets « *je débute* », « *document type* » ou bien encore « *réglementation* ». Les solutions clefs en mains accompagnent la montée en puissance des Agents adhérents sur un sujet devenu indispensable à la rentabilité des agences. En quelques clics, le GAAP met le VO à la portée de tous les Agents adhérents.

Sourcing, transport, remarketing

Première étape, le sourcing peut être complété par les stocks issus des partenaires notamment MC Automobiles grâce à des conditions négociées. Si la livraison est accessible via *driveMe*, le Groupement s'attarde également sur la présentation des véhicules.

Le remarketing bénéficie désormais de l'expertise de Carlab. L'application du spécialiste permet de réaliser des photographies via un Smartphone. La technologie assiste les réparateurs agréés de la Marque dans les prises de vue pour garantir la qualité des clichés. Le programme propose entre autres, huit angles de vue extérieurs des véhicules, avec un détournement automatique de l'ensemble des photos. Le dispositif se complètera à l'avenir d'une solution de cache-plaque.

Parmi les autres évolutions attendues, un scanner des dégâts ou des usures présents sur un véhicule pourra analyser de manière automatique les images. Le rapport établi précisera leur nature et la localisation, jusqu'à chiffrer le coût des réparations.

Une apps dédiée aux photos

La réflexion menée par le GT VO du GAAP répond aussi au label *Spoticar* de la Marque. Ce dernier impose, en effet, une présentation standardisée des VO à travers des photos réalisées sur un fond blanc. Testée par les Agents adhérents du Groupement, la solution *myCarlab* séduit par sa prise en mains.



Sylvain Grandjean.
Groupe de travail VO

« *Le premier point fort de l'application repose sur son utilisation à partir d'un smartphone* », souligne Sylvain Grandjean. A l'usage, la matrice de l'écran permet aussi de guider les prises de vue. « *Nous tournons autour du véhicule, sans avoir à le bouger. Le gain de temps est considérable.* » Les photos sont ensuite analysées automatiquement avant leur diffusion. En cas d'incohérence, un technicien du laboratoire vérifie manuellement si l'erreur relevée est justifiée. Si nécessaire, seule la photo défectueuse sera à refaire.

Sans abonnement, le service présente l'avantage d'une facturation au nombre de voitures photographiées. Une tarification compétitive pour un service dont il serait dommage de se priver, selon Sylvain Grandjean

Sous le sceau du GAAP

La démarche se veut qualitative. La présentation uniformisée professionnalise et valorise les modèles. Elle accompagne la Charte VO définie par le GAAP autour de quatre engagements : l'essai du véhicule, les 100 points de contrôle, le contrôle technique de moins de 6 mois, et la mise en mains personnalisée. L'approche entend structurer l'activité VO développée dans le cadre du « *label* » porté par le Groupement. Les standards en matière de diffusion des annonces imposent un minimum de six photos. Réalisées en format paysage et publiées dans un ordre prédéfini, elles assurent une présentation homogène, reflet de l'identité de marque du GAAP. Le site mon-garage-peugeot.fr s'imposant comme le point d'entrée pour une publication en ligne gratuite, et au-delà. L'application Carlab s'enrichira, en effet, d'une passerelle vers Tech3H pour diffuser les annonces vers les infomédiaires référencées.

Dépt. 42 - RA PEUGEOT

Axe Vallée du Rhône
 bordure nationale, proche sortie autoroute
 Agent AA4 - Certifié ODAS
 Mécanique - Dépannage - remorquage - Carrosserie - Peinture
 Station-service TOTAL
 Vend cause personnelle
 Bâtiment / Blue Box, Surface totale du terrain 2700 m²
 Bât : 484 m²
 5 salariés
 C.A. 1 300 000
 Activité VO et VN + Carrosserie à développer
 Accompagnement possible du futur acquéreur
 Vente dans sa totalité (mur et fonds)
 Tel : 06 70 63 05 69

Dépt. 59 - RA PEUGEOT

Vend cause retraite, Bonne situation près de Lille
 Mécanique - Carrosserie - Peinture
 1 mécanicien - 1 RT - 2 carrossiers peintres - 1 préparateur
 1 vendeur - 1 réceptionnaire - 1 secrétaire comptable
 Surface total 2 763 m² dont 929 m² couvert
 Hall d'expo + réception + bureaux = 370 m²
 Atelier carrosserie = 560 m², Activité : 50 VN / 220 VO
 CA : 3 000 000, FDC : 450 000
 Tel : 06 15 89 32 04

Dépt. 60 - RA PEUGEOT

Vend fonds cause retraite
 Mécanique / carrosserie / peinture
 CA : 458 000, FDC : 160 000
 Vente murs + habitation spacieuse de 220 m² entièrement rénovée
 Tel : 06 80 24 12 35

Dépt. 85 - RA PEUGEOT

Couple de gérants - Agent AA3
 Vend fonds de commerce Garage / station Total
 Centre département Vendée sur axe entrée de ville
 3 mécaniciens dont 1 technicien / 1 apprenti mécanicien
 1 carrossier-peintre / 1 secrétaire à temps partiel
 Activité vente VO/VN à développer
 CA : 1 800 000, FDC : 155 000
 Murs en location
 Tel : 06 34 22 02 10

Dépt. 85 - RA PEUGEOT

Vend cause retraite
 Agence située à Charolles - 2 mécaniciens qualifiés
 Bât : 480 m² - 2 cours fermées goudronnées
 Possibilité d'acheter les murs
 CA 2019 : 1 100 K€ - FDC : 130 K€
 Tel : 03 85 88 33 03



TOUJOURS À VOS CÔTÉS
 POUR GARANTIR VOS VÉHICULES SUR LES ROUTES



4 garanties pannes mécaniques
 pour couvrir tout votre parc automobile



Ouverture de compte simple et rapide



Souscription d'une garantie en 2 minutes seulement



Un accompagnement personnalisé
 avec des conseillers commerciaux dédiés

Un soutien sans faille
 pour faire évoluer les garanties selon vos besoins
 avec nos assureurs de choix

Un gain de temps
 avec une gestion simplifiée de vos sinistres permettant
 de vous concentrer sur vos ventes de véhicules

DES CADEAUX À LA CLÉ
 D'UNE VALEUR POUVANT ALLER JUSQU'À 1 000€

Pour chaque souscription de garantie, vous cumulez des points qui vous permettent de choisir vos cadeaux sur notre catalogue.

UNE QUESTION ?
CONTACTEZ-NOUS

03.22.33.86.70
 contact@cirano.com
 www.cirano.com

25 ANS

PEUGEOT RECOMMANDE TOTAL

TOGETHER
WE ———
DRIVE THE
—— FUTURE*



PEUGEOT RECOMMANDE TOTAL

* Ensemble, nous conduisons le futur



PEUGEOT



TOTAL

OFFICIAL PARTNERS