

[N° 50

De l'après-vente au VO, la clé des services



EN REGIONS :
LA PAROLE EST AUX ADHÉRENTS !

mongaragepeugeot
en mode
« social web »

en page 10

DU 1^{ER} AU 31 JUILLET 2021

JUSQU'À

100€

**À DÉPENSER EN
TOUTE LIBERTÉ! (*)**



Offre limitée aux 100 000 premiers inscrits et
**VALABLE SOUS FORME DE CHÈQUES CADEAUX
DÉMATÉRIALISÉS À DÉPENSER
DANS PLUS DE 700 ENSEIGNES (*)**

(voir la liste sur <https://www.wedoo gift.com/liste-enseignes/>)



Pour bénéficier de cette
offre, inscrivez-vous dans les
15 jours calendaires suivant la date
d'achat via ce **QRcode** ou sur
<https://offrepromo.michelin.fr>

(*) **Offre limitée aux 100 000 premiers inscrits**, à valoir exclusivement sous
forme de chèques cadeaux dématérialisés WEDOO GIFT pour l'achat de 2
ou 4 pneus MICHELIN, auprès des points de vente participants et pendant
la période du 1^{er} au 31 Juillet 2021, la date de facture faisant foi.
Informez-vous sur les modalités de l'offre, la liste des points de vente
participants ainsi que le nombre de participants en temps réel sur notre site
<https://offrepromo.michelin.fr>

Manufacture Française des Pneumatiques Michelin, 23 Place des Carmes
Dechaux 63000 Clermont-Ferrand, Société en Commandite par Actions
au capital de 504 000 004 €, RCS 855 200 507 Clermont-Ferrand -
Crédit photo © Michelin - Avril 2021
All Contents - RCS 495 289 399 - 21030092 - avril 2021





Florence Gete,
présidente du GAAP

L'avenir nous appartient !

Le 19 mai, le constructeur nous annonçait la résiliation des contrats de l'ensemble des réseaux Stellantis en Europe au lendemain de la date limite de signature du contrat de Réparateur Agréé VUL et de l'avenant VP. Une fois l'effet de surprise passé, nous pouvions légitimement nous inquiéter pour l'avenir de notre réseau.

Pour ma part, je ne doute pas que le réseau ait toute légitimité à représenter la ou des marques du Groupe Stellantis, vous savez comme moi que nous avons tous les atouts dont une marque peut rêver et que nous reconnaissons nos clients : la proximité, la disponibilité et l'empathie, l'agilité et la compétence. Toutes ces qualités adaptées à notre marché et qui constituent l'ADN et les valeurs de notre réseau ont pris tout leur sens dans le contexte de pandémie que nous venons de vivre.

Vous pouvez compter sur moi et mon équipe pour préserver ces valeurs qui nous caractérisent et qui font notre force. Je suis convaincue et je m'efforcerai d'initier un modèle économique qui réponde aux évolutions du marché de l'automobile en pleine mutation mais qui préserve les valeurs auxquelles nous sommes tous autant attachés.

Nous avons un bel avenir dans le futur monde de la mobilité, à nous de trouver la place qui nous est propre, celle qui nous ressemble et sachons le faire savoir !

Bien à vous,

Florence GETE

Nous avons tous les atouts dont une marque peut rêver et que nous reconnaissons nos clients : la proximité, la disponibilité et l'empathie, l'agilité, la compétence.

La parole du constructeur par voie de presse semble rassurante. Guillaume Couzy a affirmé ne pas avoir la volonté de baisser le maillage territorial et ouvre la possibilité pour tous de renouveler le contrat de réparateur agréé dans 2 ans sur des critères d'exigence revus à la baisse pour en diminuer les coûts.

Nous avons hâte de connaître ces critères et la proposition de contenu du futur contrat sur lequel nous resterons vigilants quant à la remontée de nos fichiers clients. Grâce aux lettres de réserve que vous nous avez envoyées massivement, nous pourrions peser sur les négociations.

S O M M A I R E

5 DOSSIER

De l'après-vente au VO, la clef des services

9 COMMERCE

Le portail des GAAP Messenger

10 MON GARAGE PEUGEOT EN MODE «SOCIAL WEB»

PASSEPORT FIDÉLITÉ

10€ OFFERT* PAR TRANCHE DE 100€ D'ACHAT

sur **TOUTES** les **PRESTATIONS ATELIER**

CLIMATISATION, RÉVISION PNEUMATIQUE...

* À valoir sur votre prochaine visite sur une facture de 100€ minimum. Non cumulable de Point de vente.

CET ÉTÉ, MON GARAGE PEUGEOT PREND SOIN DE MON BUDGET VACANCES...

MON GARAGE PEUGEOT

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



LA PAROLE EST AUX ADHÉRENTS !

Si les mesures sanitaires des derniers mois contraignent les habituelles rencontres avec les Agents Peugeot du Groupement, leurs représentants restent à l'écoute du réseau pour apporter un éclairage aux principales interrogations du moment.

Contrats : Comment le réseau a-t-il vécu la résiliation des contrats par le groupe Stellantis ?

Nous avons signé nos contrats de réparateur agréé VUL et VP au plus tard le 18 mai avec des réserves (près de 550 lettres reçues au GAAP) et voilà que le 19, nous sommes convoqués pour entendre que nous serions tous résiliés au 31 mai avec un préavis de 2 ans. La surprise a été de taille. Une fois le choc passé, nous comprenions que la première étape pour le Groupe Stellantis était de redistribuer les cartes des implantations des concessionnaires de ses marques. L'exercice se déroulera jusqu'au 15 juillet, d'ici là notre contrat d'Apporteur d'Affaires sera également résilié par notre concession de rattachement. Nous n'avons d'autre choix que de patienter pour avoir un peu plus de visibilité. Comment le constructeur peut-il nous demander d'investir dans la marque sans connaître notre situation à 2 ans et sans connaître le contenu de nos contrats. C'est ce à quoi s'emploie le Groupement pour protéger les intérêts du réseau.

Commerce : au regard des normes CAFE à appliquer, comment atteindre un objectif de 15% de ventes de VE en fin d'année ?

Il s'agit d'un sujet de crispation et d'inquiétude. Le problème est politique, dans le sens où la commission européenne a décrété la nécessité de rouler en électrique ou en hybride. Mais le marché est en création. La difficulté repose sur la variété des secteurs géographiques. Les besoins sont forcément différents en milieu urbain, extra-urbain ou rural. Les objectifs commerciaux du constructeur peuvent être incohérents au regard du marché des Agents. L'analyse juste serait d'avoir une approche locale, et non mathématique. Certains Agents n'ont quasiment pas vendu de VE. Pour autant, il n'est pas acceptable qu'ils touchent zéro en IPC. Nous avons besoin d'un peu de temps et d'aide de la part du constructeur qui reste inflexible sur le sujet.

Distribution : faut-il craindre une baisse des marges ?

La commission faciale est déjà inférieure au coût de vente ! Nous n'avons donc pas le choix : nous devons aller chercher les primes d'objectifs. Dans un contexte sanitaire où les show-rooms restaient fermés, le challenge n'est pas simple !

Nous pouvons craindre une baisse des marges à l'heure où le groupe souhaite réduire ses coûts de distribution. Mais nos marges n'évoluent déjà plus depuis 10 ans ! La réalité a été cachée ces dernières années par les volumes de ventes, mais rapportés au véhicule, les commissions stagnent.

Perspectives : quel modèle économique demain pour les Agents ?

Le réseau des Agents Peugeot est hétéroclite. Néanmoins, il est important d'avoir une gestion saine, d'analyser les marges sur

les pièces de rechange, les taux de main d'œuvre, ses coûts... Il faut aussi travailler sur le commerce autour de la mobilité globale à travers la location, le VO, les deux-roues... Nous devons devenir les commerçants de proximité incontournables de la mobilité, en mettant l'accent sur la notoriété digitale via les réseaux sociaux. Les adhérents doivent également prendre en compte le potentiel de leur secteur, le profil de leur clientèle, les compétences de leurs équipes techniques, la place du multimarque dans leurs entrées en atelier, avec une question : est-il rentable d'être Agent Peugeot ? Avoir le lion au cœur ne suffit pas !

Au printemps, le Groupement a engagé une réflexion sur le modèle économique et l'évolution de nos métiers. Nous avons un bel avenir à condition de savoir le marketer, de se faire connaître, et d'être de bons artisans de proximité tout en conservant nos qualités et nos valeurs qui font notre réussite.

Le monde de l'Automobile risque encore d'être chahuté, mais le réseau a toujours su évoluer et faire preuve d'agilité.

Réseau : quelle est la vision de la Marque pour l'avenir ?

Le constructeur n'a pas la velléité de diminuer le nombre d'agences. Par contre, il veut que le réseau soit capable d'assumer la montée en gamme et en image de la Marque. Il en attend des compétences. Le constructeur a besoin de ce réseau de proximité. Sans oublier que les Agents contribuent au modèle économique de la Marque basé sur la vente de VN et de pièces. L'un des enjeux repose sur l'animation commerciale d'une partie des agences, notamment sur les AA3. Nous avons, d'ailleurs, créé au sein du GAAP un groupe de travail sur ce sujet.

L'évolution de la Marque implique de dynamiser le CEGAA à l'échelle européenne, et que nous élargissions nos échanges avec le GNAC, afin de mutualiser nos forces de réflexion au sein du Groupe Stellantis.

DE L'APRÈS-VENTE AU VO, LA CLEF DES SERVICES !

PASSEPORT FIDÉLITÉ

10€ OFFERT*
PAR TRANCHE DE 100 € D'ACHAT

sur **TOUTES** les **PRESTATIONS ATELIER**
CLIMATISATION, RÉVISION
PNEUMATIQUE...

* À valoir lors de votre prochaine visite (sur une facture de 1 000 € maximum). Voir conditions en Point de vente.

CET ÉTÉ, MON GARAGE PEUGEOT PREND SOIN DE MON BUDGET VACANCES...

MON GARAGE PEUGEOT 

Innovet et avancer, les équipes du Groupement des Agents Automobile Peugeot s'emploient à défendre les intérêts de leurs adhérents, et à donner les moyens aux réparateurs agréés d'aujourd'hui et de demain de développer leur activité. Les programmes déployés au printemps autour de l'animation après-vente et du véhicule d'occasion, bénéficient de la synergie des nouveaux partenaires du GAAP.

Parce que la vie des Agents Peugeot n'est pas un long fleuve tranquille, le groupe de travail « offres après-vente » du GAAP met l'accent sur la fidélisation des clients. Intitulé « passeport fidélité », le programme a été lancé le 2 mars dernier (et opérationnel jusqu'au 30 juin). Défini autour d'une sélection de quatre offres mensuelles (freinage, révision, pneus et accessoires), il correspond aux principaux motifs d'entrées en atelier. « L'objectif est d'inscrire la démarche dans le temps en récompensant les clients fidèles grâce à des chèques cadeaux valables à l'occasion d'une seconde visite en agence. » explique Karim Hamadache, en charge du projet au sein du Groupement.

Le dispositif commercial prend en compte la période sanitaire actuelle où il apparaît délicat de promouvoir des opérations tournées vers le seul trafic en points de vente. Face aux confinements régionaux et aux couvre-feux, l'objectif est d'inciter la clientèle à revenir dans le réseau des Agents Peugeot. Un enjeu stratégique à l'heure de la réduction des déplacements (pour cause de télétravail) et donc de la baisse du kilométrage annuel.

Le dispositif du « passeport fidélité » qui sera renouvelé de juillet à septembre pour préparer les départs en vacances, table sur sa simplicité de mise en œuvre, pour le client comme pour l'Agent. L'idée est de lever les contraintes afin de favoriser au maximum la satisfaction de la clientèle, tout en préservant les marges et la rentabilité des agences.



Karim HAMADACHE

Récompenser la fidélité

Proposées sous la forme de bons d'achat, les modalités d'application sont laissées à la discrétion de chaque agence. Les conditions générales de vente sont volontairement ouvertes pour les réparateurs agréés participants, souligne Karim Hamadache. Les adhérents définissent leurs règles du jeu en fonction de la stratégie commerciale souhaitée, et du contexte concurrentiel entourant leur zone de chalandise. Les Agents peuvent ainsi définir le périmètre du passeport, déterminer le nombre de bons d'achat accordés, tout comme leur durée de validité.

L'ensemble des adhérents du GAAP a été inscrit par défaut à l'opération. Les Agents qui n'étaient pas intéressés pouvaient naturellement se retirer. Seuls moins de 7% ont fait valoir ce droit.

Si la campagne est nationale, son déploiement se détermine bien à l'échelle locale, de manière chirurgicale. « Nous l'avons pensé comme une boîte à outils », poursuit son responsable. Les réparateurs agréés deviennent proactifs dans la mise en valeur de l'opération.

Un exemple : outre les dispositifs de PLV et de campagne digitale, certains professionnels ont relayé l'opération par e-mailing, un support plus adapté que le SMS pour une offre de fidélisation.

De plus, le GAAP incite ses Adhérents à partager les publications Facebook du passeport fidélité. Ces interactions supplémentaires contribuent ainsi à un résultat gagnant-gagnant en matière de notoriété à l'échelle nationale pour MON GARAGE PEUGEOT mais surtout au niveau local pour le garage !

L'enjeu est de travailler sur la notoriété des points de vente et la fidélisation à l'heure où le contexte sanitaire bouleverse la relation clientèle, observe Karim Hamadache. « Les marques dépensent beaucoup pour conquérir les clients. Notre approche vise à récompenser davantage la fidélité, à travers une offre commerciale lissée sur plusieurs opérations qui pourra se transformer en conquête ».

Les Agents doivent, en effet, garder à l'esprit que les remises accordées ne se limitent pas aux seules opérations de la seconde visite. « Il faut les penser de manière globale, sur l'ensemble des prestations effectuées. »



chamboulé la relation client et sa perception. »

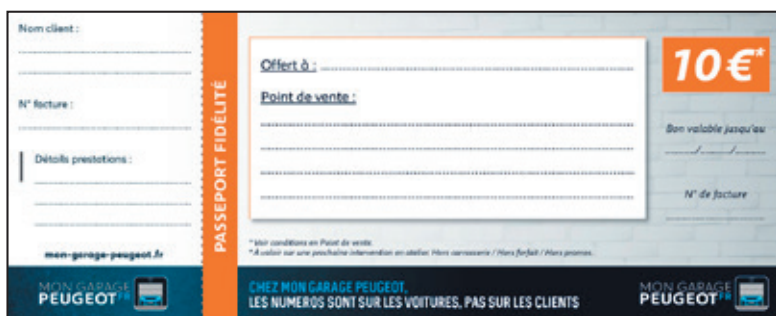
Les animations après-vente déployées par le GAAP représentent aussi une alternative face aux actions commerciales de la Marque dont le principal objectif est de collecter de la donnée, oubliant au passage le bien-fondé de la démarche pour les Agents comme pour les clients !

Lancement d'un « think tank » du VO

Dans le même temps, au cœur des réflexions engagées par le Groupement, le groupe de travail « VO » du GAAP bénéficie d'une nouvelle organisation. Aux côtés de Sylvain Grandjean, Serge Hiltenfinck s'applique à conserver la dynamique engagée par Didier Saive. L'équipe mobilise ses participants, suscite les réflexions et fourmille d'initiatives. Véritable « think tank » du Groupement en matière de véhicules d'occasion, l'approche revêt un enjeu majeur. Et pour cause : le VO est le sujet d'avenir à développer par les Agents.

L'émulation porte ses fruits. Elle se traduit depuis le printemps par l'organisation de visioconférences mensuelles. Les visio « VO rapides » de 30 minutes sont destinées à favoriser les échanges et à accélérer les projets avancés. Elles regroupent les animateurs afin de débattre sur les besoins des adhérents, les démarches à mettre en œuvre, et les évolutions à apporter à l'interface en ligne du Groupement « Portail VO ». Reflet de la dynamique engagée, depuis avril, la nouvelle newsletter « Mon Rendez-Vous VO » est diffusée chaque mois. A travers une identité graphique spécifique (qui la démarque de l'agent-info hebdomadaire), la publication revient notamment sur les partages d'expérience, l'actualité du moment et les réflexions en cours.

« Chacun met son expérience au service des autres »,



Une alternative face à la Marque

A travers la démarche initiée par le GAAP, l'objectif est bien d'impulser une seconde visite. « Nous voyons nos clients une fois par an », analyse encore l'Agent Peugeot à Saint Paul Trois Châteaux (Drôme). L'approche se veut donc re-fidélisante. Elle permet aux réparateurs de relancer un client sur une prestation d'entretien conseillée lors de la première visite, en associant la communication aux bons d'achats attribués. « Nous sommes sur une offre à tiroirs pour aborder la relation clientèle de manière différente. »

Car la fidélisation devient un enjeu encore plus capital à l'heure de l'électrification du parc roulant. L'entretien des VE sera forcément limité. Il devient nécessaire de fidéliser les clients sur le long terme pour conserver l'activité des ateliers. La stratégie permettra d'entretenir les derniers véhicules thermiques vendus en 2030, jusqu'en 2040.

« Nous devons explorer des voies d'actions, avance Karim Hamadache. Il est nécessaire de prendre l'initiative, avec la sagesse d'analyser les retours d'expérience pour définir les orientations futures. » L'accent à l'avenir pourrait être mis sur des tutos ludiques destinés à rappeler les bonnes pratiques pour réussir une opération commerciale. Le réseau est à l'écoute. « Le regard sur nos opérations change, car le paysage de l'après-vente évolue. Nous venons de traverser une période qui a

Dossier

indique Serge Hiltenfinck. Parmi les autres supports mis en place, un kit évènementiel composé d'une tente, d'un comptoir, d'un mange-debout et d'un skydancer permettra d'aménager les points de ventes lors d'une journée commerciale spéciale occasion par exemple. Le dispositif sera testé à la rentrée avant d'être étendu aux cinq directions régionales. « L'enjeu est de sensibiliser le réseau à l'importance du VO, poursuit le responsable. Il est essentiel de sortir la tête du capot et d'ouvrir les yeux sur l'évolution du marché de l'après-vente au regard de l'électrification du parc roulant. L'activité VO constitue une source pour pérenniser nos affaires. »

GAAP GROUPE DE TRAVAIL VO



Le Portail VO du GAAP

L'orientation répond également à l'évolution du pouvoir d'achat des consommateurs. Le chômage partiel et la baisse des revenus conduisent les automobilistes à s'orienter vers le marché de la seconde main. L'allongement des délais de livraison observé sur le VN favorise le VO dont la disponibilité répond à des besoins immédiats. Pour les représentants du Groupement, les Agents « doivent saisir » ce marché.

Un virage sur fond de diversification qui suppose une organisation adaptée. Les professionnels peuvent s'appuyer naturellement sur le portail VO du Groupement et de ses partenaires. « Il est nécessaire de mettre en place une structure accueillante, avec un stock de véhicules qui offre le choix et suscite l'attrait de la clientèle », remarque Serge Hiltenfinck. Les offres de financement et la garantie panne-mécanique peuvent constituer, par ailleurs, des sources de rémunération supplémentaires. Le programme conçu et développé par les équipes du GAAP est pensé pour permettre aux Agents de se lancer. « Les solutions sont présentées clefs en main. Elles permettent aux agences d'organiser leur approche. »

L'objectif consiste à accompagner et à soutenir les adhérents (en particulier les plus petites entreprises) en leur donnant les moyens de développer une activité VO. Pour un certain nombre d'Agents, toute la difficulté est d'aller chercher des petits volumes. L'intérêt du Groupement est donc de mutualiser les commandes à l'échelle de l'ensemble des adhérents, afin d'obtenir des remises spécifiques.



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

L'expertise de partenaires spécialistes

L'approvisionnement demeure, en effet, la pierre-angulaire de l'activité VO. Outre les reprises qui doivent être étudiées dans une perspective de re-vente, l'attention porte sur les négociants-spécialisés. Dernier exemple en date auprès d'ATB Auto. Installé à Dijon, le faiseur est référencé depuis cet hiver par le GAAP aux côtés de MC Auto. Dès le premier achat, l'expérience s'est révélée positive, observe Serge Hiltenfinck. De la prise de commande, à la rapidité de livraison jusqu'au traitement des frais imprévus, l'efficacité prime. « *En tant qu'Agent, notre temps est précieux. Il doit être consacré au commerce, et à la clientèle.* »

La réactivité est accrue grâce à des services tels que l'édition de la carte grise sans frais, ou la gestion des formalités administratives. Le fournisseur présente aussi des compétences digitales à même de faciliter la vente de VO par les Agents Peugeot. En quelques clics, les adhérents du GAAP peuvent créer leur espace, accéder au stock et acheter un véhicule, avec la possibilité de disposer d'un fichier de véhicules de manière exclusive pendant 48h. Des solutions de livraison sont aussi accessibles. Et après un achat, chaque Agent peut bénéficier d'un espace de présentation personnalisé des VO en stocks intégré à son site Internet (là aussi, sans frais). Précisons que la solution est en conformité avec le contrat de réparateur agréé Peugeot apporteur d'affaires (AA), à savoir : les modèles de moins de 3 mois proposés par ATB Auto sont exclus des offres accessibles aux Agents.

Enfin, afin de pallier le contexte sanitaire marqué par la frilosité des acheteurs à se rendre en points de ventes, le nouveau partenaire du Groupement MyCarlab, propose désormais une solution de présentation « sans contact ». Le dispositif de « video live » permet de dévoiler en direct un véhicule depuis son Smartphone. L'ensemble des partenaires du Groupement se retrouve à présent sur le nouveau portail en ligne dédié du GAAP. La clef des services !

LE PORTAIL DES PARTENAIRES DU GAAP EST EN LIGNE !

Sélectionné et approuvé par le Groupement, l'ensemble des prestataires référencés est à découvrir au sein d'une rubrique dédiée sur le site Internet du GAAP. Les services présentés permettent aux adhérents de bénéficier d'avantages préférentiels. La visibilité des partenaires retenus pour leur expertise est accrue. Les nouveaux venus, Zeendoc (destiné à la dématérialisation des factures) et ATB Auto, figurent en bonne place.

En ligne depuis le printemps, la page est accessible à tous les Agents Peugeot du réseau (adhérents du GAAP ou non). Le premier niveau de l'espace présente les fournisseurs à partir d'un simple clic sur le logo de chaque spécialiste. Le second échelon est réservé cette fois aux seuls adhérents du Groupement (à partir de son identifiant). Il donne accès aux coordonnées des interlocuteurs, à une page pour tester les solutions proposées, et à des informations complémentaires détaillées.

A retrouver sur : www.gaapfrance.com/partenaires



Sylvain GRANDJEAN



Serge HILTENFINCK

SPOTICAR VU PAR LES AGENTS PEUGEOT

Opérationnel cet été, le nouveau programme VO de la Marque a séduit 37 apporteurs d'affaires du réseau des Agents Peugeot, tout en suscitant quelques réserves.

« Grâce à son référencement, le label apporte de la visibilité sur Internet. Sa notoriété bénéficie du regroupement, sous une même appellation, des différents labels occasions (Peugeot, Citroën, Opel). Il assure aussi de la qualité d'un programme constructeur auprès des clients, en matière notamment de garantie », résume Sylvain Grandjean, Agent Peugeot à Meyzieu. Si le dispositif Spoticar représente une suite logique à Occasion du Lion, il constitue un levier pour développer les ventes VO. « Sur le niveau 1, nous travaillons sur le même modèle que les concessionnaires », poursuit Sylvain Grandjean. Une fois les objectifs atteints (de 12 VO par an pour le niveau 1) qui permettent d'accéder à des primes de volumes (IPC), l'approvisionnement peut être élargi aux modèles des autres marques du groupe.

Le label donne, par ailleurs, l'occasion de proposer des services complémentaires de financement et de garantie.

Un label non adapté à un primo accédant au VO

« Le label Spoticar, au vu de ses clés d'accès, ne me semble pas adapté à un Agent primo accédant à l'activité véhicules d'occasion », estime en revanche Serge Hiltenfinck, Agent Peugeot à Kaysersberg et Ostheim.

En effet, non seulement l'obtention dudit label doit être validé par le concessionnaire de rattachement qui risque de voir en l'Agent en question un concurrent, mais il obligera également ce dernier à l'acquisition d'un nombre minimum de véhicules avec, dans le lot, un ou plusieurs modèles « hors marché », c'est à dire pas placé au niveau du tarif ou non envié par la clientèle ! « Il ne faut également pas négliger la « redevance » à verser sur chaque vente, ainsi que le marketing y afférent », rappelle Serge Hiltenfinck.

Cependant, ledit label peut être une opportunité de développement à un commerce existant. L'Agent devra alors adapter son organisation en conséquence !



Eric CHEMINAT

LE PORTAIL DES GAAP MESSENGER !

Accessible depuis le printemps, l'interface réservée aux 150 GAAP Messenger recèle une mine d'informations et de conseils pratiques. Evolutif, le site sera enrichi au cours des prochains mois.

Au service des GAAP Messenger, le portail Internet gaapfrance.com s'est doté d'un nouvel espace. Identifiés de manière automatique à partir de leurs codes d'accès, les GAAP Messenger disposent d'un mini-site à part entière dont l'architecture détaille les missions. Il regroupe les statistiques relatives au nombre d'adhérents du Groupement à l'échelle régionale, et les dernières newsletters. Les informations complètes, diffusées en direct, favorisent l'autonomie des ambassadeurs du Groupement.

Les clefs pour animer les réunions

Sur le terrain, les bénévoles volontaires disposent des clefs pour préparer une réunion, animer les débats et échanger avec les réparateurs agréés du réseau. Les 150 membres peuvent aussi compter sur l'appui du Groupement dans leurs démarches (en particulier en matière de visioconférence).

Interlocuteurs privilégiés des professionnels du réseau et des bureaux régionaux, les GAAP Messenger accèdent désormais en ligne aux principales recommandations pour préparer les rencontres mises en place.

Les bons réflexes se concentrent notamment sur le tour de table des participants, les argumentaires à avancer, le rappel des négociations initiées par le GAAP. L'attitude à adopter en fonction du profil des professionnels présents est, par ailleurs, soulignée.

Agrandir la famille des GAAP Messenger

La démarche se complète d'une action de recrutement de nouveaux GAAP Messenger. « L'union fait la force. Nous souhaitons agrandir la famille, et accueillir de nouveaux talents », annonce Eric Cheminat, en charge du programme.

Au-delà des formations animées par Valérie Besombes dont les inscriptions à la seconde session sont d'ores et déjà ouvertes, l'objectif est de mettre en place des séminaires pour fédérer et créer du lien entre les membres. Leur rôle est d'expliquer les actions du GAAP au plus près des réparateurs agréés, de susciter des vocations et des adhésions, poursuit Eric Cheminat. Car des interactions naissent aussi des projets. Des GAAP Messenger qui véhiculent également des valeurs de solidarité et d'entraide.

IRIS HUB & SERVICES

Nouvelle Plateforme Multiservices



INNOVATION



EFFICACITE



SECURITE



MOBILITE



ALPHA2A

DMS homologué GAAP et PSA



Ce produit est conforme aux exigences de la marque NF Logiciel et certifié par :
AFNOR Certification - 11 rue F. de Pressensé - 93571 ST DENIS LA PLAINE CEDEX
Le référentiel de certification peut être obtenu auprès d'INFOCERT.



Pour en savoir plus, contactez-nous :

N° Vert 0 800 714 014

contact@groupe-lacour.fr

Retrouvez-nous sur www.groupe-lacour.fr

Mon Garage Peugeot en mode « social web »

Le GAAP anime sur la toile une communauté d'abonnés. Des réparateurs agréés adhérents qui bénéficient des réseaux sociaux pour relayer les opérations commerciales, mais aussi un potentiel de clients attachés à Mon Garage Peugeot. Et depuis cet hiver, le Groupement table sur LinkedIn pour défendre ses actions.



Avec 7120 abonnés, la page Facebook Mon Garage Peugeot a fédéré au fil des derniers mois une communauté représentative. Des abonnés qui dépassent le cadre du millier d'adhérents du GAAP. L'objectif est de relayer les publications, de les partager, jusqu'à créer des passerelles vers des plateformes spécialisées afin de générer des leads. La couverture moyenne par post publié s'établit à mille contacts. La démarche vise à renforcer la visibilité des offres, et à favoriser les entrées en atelier des Agents adhérents.

« La page s'adresse aux clients potentiels du réseau des Agents Peugeot à l'échelle nationale », indique Christophe Ricci. L'interface sert ainsi de support de communication aux opérations promotionnelles, à l'image du Passeport Fidélité lancé au printemps.

Une stratégie en deux axes

Lever de notoriété et de conquête commerciale, les réseaux sociaux mobilisent le GAAP. L'enjeu est de mettre en place une stratégie éditoriale structurée autour de deux axes. Outre les comptes Facebook, Twitter et Instagram orientés vers le grand public et l'actualité du Groupement ou de la Marque, la démarche porte sur l'action du GAAP.

Le lancement cet hiver du compte LinkedIn traduit cette orientation. Elle vise à informer les professionnels de l'automobile et de l'éco-système de la distribution et de l'après-vente dans son ensemble, du positionnement du Groupement, de ses initiatives (autour du VO, de l'animation du réseau, des GAAP Messenger...) et de ses orientations pour le futur.

Tous les 15 jours, les posts diffusés relaient le témoignage des élus, des adhérents du Groupement, des représentants de ses groupes de travail. A l'avenir, les partenaires du GAAP auront aussi la parole.



Consolider, animer, partager

« L'enjeu est d'impulser une dynamique auprès des adhérents pour s'abonner, liker les publications et diffuser leurs initiatives », explique Christophe Ricci.

Car les réseaux sociaux sont devenus des outils efficaces grâce à leur couverture étendue. Ils permettent de s'adresser à des clients qui, autrement, ne se seraient pas connectés, tout en renforçant l'identité de Mon Garage Peugeot. A condition de positionner les offres commerciales de manière attractive pour favoriser les partages. « Il faut créer une relation de confiance en trouvant le juste équilibre entre l'expertise des Agents Peugeot, la transparence des tarifs et des promotions qui favorisent la fidélisation. »

Au-delà, l'approche permet de fédérer les adhérents. En s'abonnant, ils contribuent à la notoriété de Mon Garage Peugeot, et à animer la communauté du GAAP. L'ambition est de consolider le mouvement. Un développement suivi de près par les équipes du Groupement qui jouent le rôle de modérateur, animent les pages, orientent les internautes vers un point de vente... Car le comportement des consommateurs évolue à grande vitesse. Il suppose une réactivité décuplée pour intégrer les places de marchés dans l'air du temps, et rendre l'information la plus visible possible.

T'CAP, LE RÉSEAU SOCIAL DES GAAP MESSENGER

Réservé aux GAAP Messenger, et animé également par les membres des Groupes de Travail et des élus du Groupement, le forum T'Cap offre un espace d'échanges en ligne unique. Accessible depuis le portail dédié (du site Internet gaapfrance.com), l'interface relate les retours d'expériences du terrain, relaye les initiatives et les conseils, commente l'actualité du moment, reflète l'état d'esprit du réseau... Interactif par nature, il complète les informations présentes sur le site des GAAP Messenger. 140 animateurs du réseau des influenceurs du Groupement sont déjà connectés.

Dépt. 31 - RA PEUGEOT

Agent AA3 - 50km de Toulouse
Zone rurale 4km autoroute Toulouse Tarbes - Clientèle rurale et fidèle
1 Mécanicien - 1 BTS - 1 Apprentie - Couple de gérants
Atelier 200 m² + magasin 80 m²
Hall et réception aux normes PSA en 12/2020
Parking clôturé 1 000 m²
Logement de fonction - Possibilité extension terrain 6 000 m²
Activité : 25/30 VN - VO à développer (demande importante)
Tel : 06 07 53 65 53

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
Atelier mécanique + stockage = 209 m²
Atelier carrosserie + cabine de peinture = 275 m²
1 R.T - 1 Mécanicien - 1 Carrossier Peintre
1 Réceptionnaire - secrétaires APV et standardiste
1 Responsable administratif et comptabilité
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 totale 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. 72 - RA PEUGEOT

Agent Certifié ODAS
Mécanique - Dépannage-remorquage - Carrosserie - Peinture
Vend cause personnelle
Bâtiment / Blue Box - Surface totale du terrain 6900 m²
Atelier mécanique 5 PONTS + stockage 50 m²
Atelier carrosserie 2ans + cabine de peinture 2ans
1 R.T - 1 Mécanicien - 1 Carrossier Peintre
Secrétaires APV et standardiste - 1 administratif et comptabilité
C.A. 3400 000 €
Activité VO et VN + Carrosserie à développer
Accompagnement possible du futur acquéreur
Vente dans sa totalité (mur et fonds)
Tel 02 43 23 29 91
mail: itfpae@gmail.com

GARANTISSEZ VOS VÉHICULES D'OCCASION À LA VENTE



UN SOUTIEN SANS FAILLE

avec nos 4 garanties panne mécanique
couvrez tout votre parc automobile.

UN ACCOMPAGNEMENT PERSONNALISÉ

un outil disponible à tout moment pour
créer vos garanties et suivre vos contrats.

UN GAIN DE TEMPS

Cirano prend le relai en gérant les
sinistres de vos clients.

AVANTAGE ADHÉRENT

Pour chaque création de garantie
vous cumulez des points qui nous
permettent de vous offrir les cadeaux
que vous aurez choisi sur un catalogue
pensé pour vous !

CONTACTEZ-NOUS

03 22 33 86 70

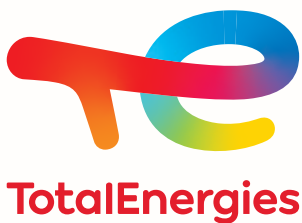
contact@cirano.com

SAS CIRANO - Établissement commercial : CS 44104 80 041 Amiens Cedex 01
- Siège social : 10 Avenue de la Grande Armée 75017 Paris - Capital Social : 120
000€ - SIRET 441 350 840 RCS Paris - TVA intracommunautaire : FR 10 441 350
840 - N°Orias : 07003120 (www.orias.fr)

25 YEARS

PEUGEOT RECOMMENDS TOTAL

TOGETHER
WE —
DRIVE THE
— FUTURE



PEUGEOT RECOMMANDE TOTAL

