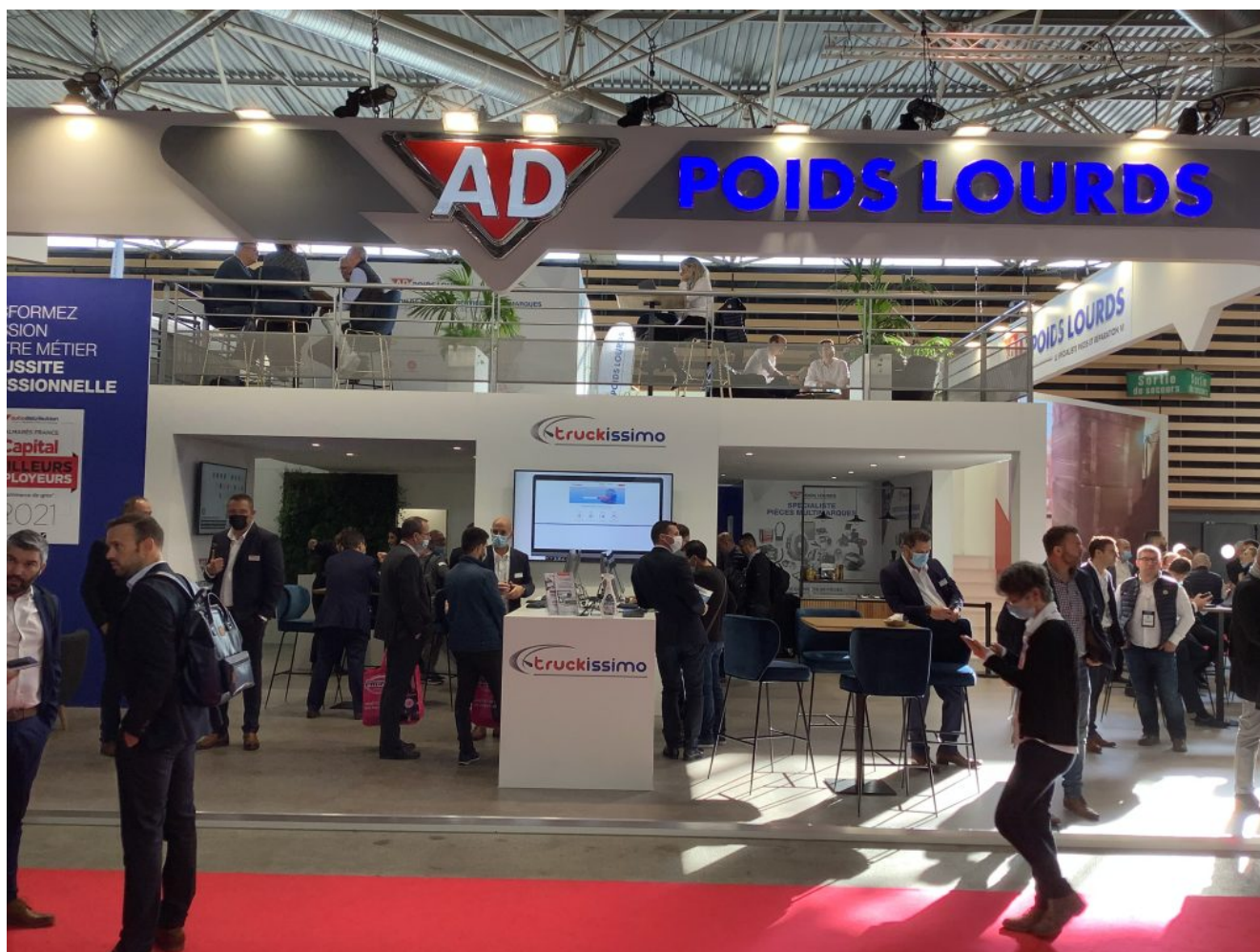


AD Poids Lourds en ordre de marche

mardi, 23 novembre 2021

Industrialisation de sa logistique, montée en compétences et densification du réseau, déploiement du label Premium Utilitaire... sur Solutrans, AD PL a dévoilé sa palette de solutions pour encore mieux répondre aux attentes du marché...



Le réseau AD Poids Lourds, présent sur Solutrans, a mis en avant sa refonte logistique pour optimiser sa qualité de service. Objectif : rendre la pièce disponible et ce, dans les meilleurs délais. Pour cela, une significative augmentation des stocks s'est opérée sur la plateforme nationale (Bremstar), qui a vu passer le nombre de références de 17 000 en 2016 à 22 000 cette année. Et ce n'est pas fini puisqu'elle devrait en compter 25 000 dès l'année prochaine, et 30 000 à l'horizon 2025 !

A ceci s'ajoute une quinzaine de plateformes régionales accueillant entre 8 et 12 000 références disponibles en H+4. Pour parfaire le dispositif, le catalogue électronique Truckissimo et des call centers animés par des experts aident les clients distributeurs et grands comptes à l'identification de la bonne pièce.

Concernant l'offre pièces, Isotech devrait s'étoffer l'année prochaine avec l'arrivée de nouvelles familles,

PGV mais aussi techniques...

Un réseau dense et formé !

En termes de maillage, le réseau avance aujourd'hui 220 points de service, soit « *le premier réseau multimarque PL* », souligne Guillaume Faurès, directeur de l'activité PL chez Autodistribution. Reste qu'il existe encore des zones où AD PL pourrait être davantage présent, et Guillaume Faurès annonce vouloir atteindre les 240 à 250 points de service « *afin d'être à moins de 30 minutes des clients du réseau* ».

Anticipant l'arrivée rapide des nouvelles énergies (elles devraient représenter 50 % des ventes de VI en 2028), AD PL se prépare dès aujourd'hui : « *quelque 630 techniciens ont été évalués sur ces trois dernières années, déclare le directeur de l'activité PL du groupement, et chacun bénéficie d'un plan de formation personnalisé. Autodistribution travaille en parallèle sur un projet d'école de formation PL, qui devrait voir le jour à l'horizon 2023.* »

Pour appréhender les nouvelles technologies, le réseau a également mis en place depuis le mois dernier et jusqu'en juin 2022 un Road Tour sur les thèmes des nouvelles technologies : Euro 6, gaz, électricité...

«*AD PL entend devenir le premier choix pour les clients à travers un équilibre entre trois fondamentaux : l'innovation, la proximité et le pragmatisme*», conclue Guillaume Faurès.

Premium Utilitaire à la relance

Le label dédié au segment des véhicules utilitaires, Premium Utilitaire, repart de l'avant. Lancé lors de la précédente édition du salon, en 2019, il ne compte à ce jour 'que' 15 sites labellisés du fait de la crise sanitaire qui a bousculé l'exercice 2020. Mais Guillaume Faurès se veut ambitieux pour cette jeune enseigne : « *le parc des VU est six fois plus important que celui des VI et il représente déjà 10 % des entrées-atelier chez nos adhérents ; nous devons encore mieux adresser cette typologie de clients* ».

Avec 35 sites en cours de labellisation, le directeur de l'activité PL annonce un objectif de 100 sites à fin 2022.