

Axial met ses 5 valeurs en avant

mercredi, 14 juillet 2021

A l'occasion de la première étape de son cycle de réunions régionales Axial Performance, le 6 juillet près de Lyon, l'enseigne de carrossiers a dévoilé ses nouveaux supports de communication. Lesquels mettent en avant les 5 valeurs chères aux adhérents, identifiées grâce à une enquête menée au sein du réseau.



Alexis Saccardo, responsable national animation réseau & marketing / communication d’Axial a présenté aux carrossiers de Rhône-Alpes le bilan de l’enquête sur les valeurs du réseau menée auprès des adhérents.

Jeu collectif. Exigence de qualité. Passion du métier. Lien de confiance. Force de l’engagement. Telles sont les 5 valeurs-clef qui découlent de l’enquête menée par le groupe Edra auprès de son réseau de réparateurs Axial. Et elles seront mises en avant par les carrossiers eux-mêmes au sein de leurs établissements, au travers d’une plaquette de 4 pages à destination des clients, ainsi que d’une affiche à placarder dans l’aire d’accueil et de gants à la marque, avec les valeurs écrites sur chacun des 5 doigts. Les réseaux sociaux seront également un relais de diffusion de ces valeurs.

Ces nouveaux supports de communication d’un réseau qui ne manque pas d’idées en la matière ont été dévoilées à la quinzaine de carrossiers présents le 6 juillet dernier à l’Hôtel Mercure Lyon L’Isle d’Abeau (38), à proximité de l’aéroport de Lyon Saint-Exupéry. Et lesdites valeurs ont été corroborées par une grande part du réseau puisque les mesures du baromètre révèlent que 41 % des carrossiers du réseau ont répondu à l’enquête. Soient 135 répondants sur 325 adhérents. Pour 98 % des sondés, faire connaître les valeurs d’Axial est jugé important pour rassurer les clients et asseoir son image de marque.

Les attentes client questionnées

Au-delà de ces valeurs-clef, l'indépendance, le développement du réseau et l'optimisation des achats sont présentées comme « *très importantes* » par les réparateurs Axial. Et ce, bien qu'un tiers des adhérents demande plus de soutien commercial. Quant aux attentes du client, les carrossiers Axial les ressentent particulièrement autour de la qualité de la prestation, le service, la rapidité d'intervention, de la régularité des tarifs et du maintien de la mobilité.

Les attentes des réparateurs ont aussi été l'objet de questions dans l'enquête menée par Edra. Aussi, la défense du métier apparaît importante pour 98 % du réseau, et l'apprentissage des jeunes, pour 94 % des sondés. Recyclage des déchets (82 %), transition énergétique (79 %) et responsabilité sociétale (71 %) arrivent ensuite. Logique, donc, qu'un atelier autour de la RSE (responsabilité sociétale et environnementale) ait été proposé aux carrossiers présents à L'Isle d'Abeau.

La présence sur le web soignée

Enseigne créative en matière de communication, Axial essaie aussi d'être efficace pour son réseau sur internet. La question de la visibilité des carrossiers en ligne est posée au quotidien par Alexis Saccardo et ses équipes. Raison pour laquelle Axial est partenaire d'Allogarage pour le référencement de ses adhérents, qui sont nombreux à s'illustrer au palmarès des "Meilleurs garages de l'année" diffusé tous les ans par le site d'intermédiation. Le référencement sur les moteurs de recherche est également soigné, notamment sur Google, puisque les adhérents reçoivent un pack Google My Business pour booster leur trafic. « *Nous insistons aussi auprès de nos carrossiers sur l'importance d'apporter du contenu et de l'actualité sur les réseaux sociaux* », précise Alexis Saccardo.

La RSE parmi les préoccupations

Cet événement Axial Performance était notamment pour Edra l'occasion de rappeler le partenariat dont il dispose avec Sarpi Veolia depuis plusieurs années pour la collecte des déchets dangereux liquides et solides. Et Betty Bernaudeau, responsable RSE/Qualité du groupe, de mettre en avant la campagne d'affichage en atelier mise en place par le collecteur.

Afin de jauger la sensibilité et les connaissances des carrossiers Axial en matière de collecte et de traitement des déchets, un questionnaire à choix multiple leur a été soumis en direct. Dans le même esprit, le partenariat avec l'éco organisme Ecologic France pour la collecte de déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE) a été présenté aux carrossiers présents.

L'occasion de se présenter en partenaire des clients particuliers pour l'élimination de leurs vieux appareils électroménagers ou Hi-Fi. Enfin, pour la recharge des véhicules électriques et plug-in hybrides de remplacement ou ceux des clients, Edra Group a présenté les trois sociétés en lice pour l'installation de bornes IRVE (Driveco, ChargeGuru, Feedback Energie).

« *Notre volonté est de proposer un fournisseur de bornes labellisé Advenir, doté d'un réseau national d'installation et de maintenance certifié IRVE, et de proposer cet accord avec un tarif préférentiel et des facilités de financement* », a insisté Betty Bernaudeau devant les carrossiers présents.

© Apres-Vente-Auto.com © Reproduction interdite