

Déconfinement : Motrio repart de l'avant

jeudi, 11 juin 2020

Motrio, l'enseigne multimarque de Renault profite, à l'instar de la concurrence, de la fin de la période de confinement pour voir un afflux importants de clients automobilistes dans ses ateliers. Le réseau mise sur la confiance réinstaurée et diverses actions commerciales pour surfer sur la reprise...



Florian Lesiourd, responsable de l'enseigne Motrio

Le 17 mars 2020, au premier jour de confinement imposé par le Président de la République Emmanuel Macron, les 850 adhérents du réseau Motrio sont –comme tous les autres– dans l’expectative : *«nombreuses étaient les questions parmi les professionnels adhérents à l’enseigne, se souvient Florian Lesiourd, responsable de l’enseigne. De nombreux garages ont fermé, 30% sont restés ouverts et 25 autres environ ont tenu à assurer une permanence pour assurer la mobilité des véhicules d’urgence et du personnel hospitalier.»* Soit tout de même une grosse moitié du réseau resté opérationnel malgré le nombre famélique d’entrées-atelier.

«Durant cette période, il a fallu rester au contact de nos adhérents, poursuit Florian Lesiourd. Outre les appels téléphoniques quotidiens, Motrio leur délivrait des infos au travers de la newsletter interne traditionnelle (sur la logistique, le commerce, etc.), mais aussi en suivant l’évolution des mesures sanitaires qu’ils devaient mettre en place dans leur affaire.» En parallèle, pour des questions spécifiques –financement, ressources humaines, etc.– l’enseigne s’est appuyé sur ses partenaires comme Fiducial.

Mais ça, c’était les premières semaines de déconfinement. Depuis, le réseaux s’est remis dans le sens de la piste dès le mois d’avril, où 60% des garages sous enseignes répondaient présents...

Rester prudent

Depuis le 11 mai, 100% du réseau est sur le pont. Avec la puissance de feu du constructeur au losange, ils ont pu bénéficier d’équipements de sécurité pour rouvrir en toute sécurité. *«La confiance était une notion clé pour que nos garages soient prêts à accueillir à nouveau accueillir du public»*, indique le responsable de l’enseigne multimarque.

Et depuis le déconfinement, tous voient leurs plannings bien rempli avec des résultats sur mai supérieurs à ceux du mois de mars. Faut-il y voir un effet de ‘rattrapage’ de l’entretien courant qui n’a pu être effectué durant ces deux derniers mois et que confirme semaine après semaine [l’Observatoire de sortie de crise AM Today](#) ? *«Il faut rester prudent»*, confie Florian Lesiourd, qui souligne le manque de visibilité de l’activité.

Batteries et pneus à la fête

Mais il confesse toutefois que l’immobilisation prolongée des véhicules a généré une forte demande sur les familles de produit batteries et pneumatiques, et constituent avec la vidange la majorité des interventions depuis le déconfinement. Idem pour le contrôle technique, dont les reports permettent de mieux ‘lisser’ les rendez-vous et éviter ainsi des goulets d’étranglement dans les ateliers. S’ajoute à cela les premiers rendez-vous d’automobilistes préparant leur véhicules pour les grands départs en vacances...

Tous les signaux semblent donc au vert. En soutien de la reprise d’activité des garages Motrio, l’ensemble des animateurs déploie les actions commerciales, modifiés en raison des circonstances : sur le plan B2C, l’action ciblée pneumatiques initialement prévue en mars a été reportée sur juin/juillet en parallèle d’une promotion portant sur la révision. Concernant le volet B2B, *«le modèle d’actions commerciales a été repensé en travaillant davantage sur la fidélité d’achat des adhérents à moyen terme plutôt que sur la vente de pièces sur le court terme»*, précise le responsable de l’enseigne.

Le travail initié depuis 18 mois environ par le réseau en matière de stratégie digitale afin de travailler la notoriété de l'enseigne s'est avéré payant : chez Motrio aussi, le canal internet est en très forte hausse.

«Motrio est aujourd'hui présent sur 28 plateformes digitales, annuaires et autres appli sur GPS, explique Florian Lesiourd. Si cette initiative avait déjà montré de premiers résultats avant la crise sanitaire, la période de déconfinement s'est révélée être un vrai virage dans la demande de devis et la prise de rendez-vous en ligne.»

© Apres-Vente-Auto.com © Reproduction interdite