

Les multimarques face au (grand) défi des accords-cadres

mercredi, 21 juillet 2021

Capter des accords-cadres en entretien-réparation est un exercice qui tentent de plus en plus les distributeurs dits traditionnels et leurs réseaux de réparateurs multimarques. Mais les prérequis sont nombreux qui tous exigent un fondamental : un seul et même DMS. Et là, il reste bien du chemin à faire...



Si cette culture grands comptes est parfaitement maîtrisée en distribution de pièces où les accords de dépannage sont anciens et légion, si les enseignes de réparation-collision traditionnelles se sont déjà largement "encliquées" dans l'univers des apporteurs d'affaires en carrosserie comme en vitrage, c'est maintenant au tour de l'entretien-réparation multimarque traditionnel d'ambitionner la conquête des accords-cadres.

Et c'est effectivement l'heure. Les flottes comme les loueurs sont à la recherche de l'optimisation de leurs coûts. Ils commencent donc à remettre en question leurs accords historiques avec les réseaux constructeurs et les enseignes de réparation succursalistes ou franchisées en multipliant les "soutenances" auprès des enseignes de réparateurs indépendants.

Satisfaire les prérequis

Mais si le désir de se rencontrer est partagé entre apporteurs d'affaires et réseaux de réparation dits traditionnels, encore faut-il satisfaire à de nombreux prérequis encore mal déployés sous les enseignes MRA.

Et la liste est longue : dématérialisation des factures ; maîtrise aboutie du parcours digital des clients, voire capacité à se greffer sur celui de l'apporteur d'affaires, à tout le moins dans la gestion des rendez-vous en ligne ; déploiement de véhicules de courtoisies et de services tel que le service à domicile ; prise en compte parfaite des tarifs et des prestations propres à chaque contrat d'apporteurs d'affaires ; capacité

préalable à l'application stricte de contrats d'entretien, etc., etc.

La clé du DMS

En la matière, le préalable des préalables pour gérer toutes ces exigences de façon à la fois fiable et fluide passe par des DMS uniformisés ou, à tout le moins, totalement compatibles entre eux. AD l'a compris depuis plusieurs années : les carrossiers AD sont maintenant équipés à 95 % du même DMS Alpha Sigmac exclusivement développé pour l'enseigne avec le Groupe Lacour ; *« les 5 % restants sont de nouveaux arrivants dans l'enseigne en attente d'équipement »*, précise Laurent Desrouffet, directeur des réseaux de réparation VL.

Les garages mécaniques disposent quant à eux du DMS « ADMS 360 » co-défini avec Fiducial. Et malgré les logiques retards de développement de la pandémie année 2020, le taux d'équipement atteint déjà 65 %. Les réparateurs « hybrides » du réseau (carrosserie et mécanique), partis les derniers, disposent aussi d'une solution DMS dédiée qu'ils sont tout de même 50 % à partager.

Mais dans l'univers des quelques 28 enseignes traditionnelles multimarque, un tel taux d'équipement unifié est encore inédit. Tant mieux pour les 2 100 réparateurs AD qui, à la "façon constructeurs et réseaux franchisés", sont équipés maintenant pour pouvoir pousser plus largement la porte d'accords nationaux.

Mais alors : qu'attendent ses concurrents ?