

Réseau "Mon Carrossier": privilégier le qualitatif... et le relationnel !

jeudi, 03 juillet 2014

La 5^e édition du salon Partner's a été l'occasion de faire un point sur l'évolution du réseau de réparation-collision Mon Carrossier. Exemple à l'appui...



Interrogé dans le cadre de la 5^e édition du salon Partner'S sur l'évolution du réseau de réparation-collision "Mon Carrossier", le directeur commercial Yves Dupont (photo ci-dessus) reconnaît que, en comparaison du réseau multimarque "Mon Garage", «nous sommes véritablement dans quelque chose de beaucoup plus petit, à la fois en développeur qu'en tant que professionnels arborant l'enseigne». «Parmi nos distributeurs, précise-t-il, seulement 15 sont spécialisés dans les produits peinture, et donc capables d'assurer la fourniture des produits, mais aussi l'assistance, les démonstrations, la formation etc. Aujourd'hui nous avons 7 adhérents à ce réseau de carrosserie. Nous avons récemment revu nos critères de sélection afin de privilégier le qualitatif au quantitatif. L'objectif est de passer à 15 dans un premier temps et, si possible, qu'au moins chaque distributeur spécialisé dans la peinture en convertisse un».

Le profil d'un professionnel Mon carrossier ? Une entreprise indépendante, de 5 à 10 personnes, qui

cherche le soutien d'un groupement sans avoir à déboursé trop d'argent. Il doit respecter un cahier des charges qui a été élaboré par Partner's, reposant principalement sur des bases de crédits-services. *«Nous mettons à leur disposition par exemple près d'une vingtaine d'offres au choix, en termes d'informatique, de formation, de traitement de déchets, de véhicules de services, etc.»* Quant au coût de l'adhésion, là encore, la politique est plutôt souple : Yves Dupont précise en effet que c'est au distributeur de gérer directement cet aspect avec son adhérent, par exemple sous forme de RFA sur un chiffre réalisé. Et visiblement ceux qui se sont lancés dans l'aventure, le font très bien...

Premier de cordée

Un exemple ? Patron du garage de la Malmaison à Payns, dans l'Aube, depuis 14 ans, Sébastien Rousselot a accroché les panneaux Mon Garage et Mon Carrossier il y a trois ans. Une entreprise qui emploie 5 personnes et réalise environ 1,5 M€ de CA annuel dont une grosse part (850 000 €) résulte de l'activité VO. Les 65 000 € restants se répartissent à raison de 35 000 en mécanique et 30 000 en carrosserie.

Sébastien Rousselot fait figure de pionnier : *«J'ai été le tout premier professionnel à prendre l'enseigne Mon carrossier, il y a maintenant 3 ans, se réjouit le patron, et je ne le regrette pas du tout. Avant, j'ai tenté de rejoindre un autre réseau et j'ai capitulé en cours de route car on m'en demandait de plus en plus en termes de contraintes, d'obligations techniques, administratives..., ce n'était jamais assez bien pour eux et surtout le coût de l'adhésion devenait prohibitif pour moi.»* Ce qui a emporté sa décision de rejoindre le jeune réseau Mon Carrossier ? La souplesse du concept donc, et les relations humaines : *«Chez Partner's, explique-t-il, j'ai d'abord rencontré des personnes disponibles, impliquées qui m'ont accompagné et surtout ne me demandant pas la lune pour satisfaire à des exigences déraisonnables. Et trois ans après, les relations sont restées intactes avec peut-être encore plus de complicité, notamment avec mon distributeur. Il est toujours à l'écoute et prêt à m'apporter des solutions face à un problème. Très souvent, il vient me présenter des nouveaux matériels, des produits etc..., pour rester dans la course. Et parallèlement à ça, il propose des formations chez lui, notamment pour la peinture.»*

A la proximité et la complicité du distributeur s'ajoute celle de la tête de réseau : *«Ce que j'apprécie aussi, poursuit Sébastien Rousselot, ce sont les relations avec la tête du réseau. Au moins une à deux fois par an, je rencontre Yves Dupont, directeur des réseaux Partner's. J'estime qu'il est très important de ne pas être qu'un "simple panneau" pour eux.»* Et Sébastien Rousselot de conclure : *«Mon chiffre d'affaires progresse tous les ans. Et l'adhésion à ces deux enseignes ne me coûte rien, ou presque, car c'est de l'ordre de l'euro symbolique sur l'année !»* Une particularité qui mérite d'être soulignée...