

## Nissan : l'après-vente est profitable

vendredi, 19 juillet 2019

Nissan a organisé une visite de sa concession du Mans. L'occasion de faire un petit tour d'horizon de la marque, de ses actions et de ses ambitions dans différents domaines, en particulier dans le domaine de l'après-vente.



La visite de la concession Nissan AMS du Mans (72) a été l'occasion de faire un tour d'horizon de la marque en France. Cette concession, dirigée par Philippe Schiantarelli, a été inaugurée en mai 2017 et se développe sur 1 500 m<sup>2</sup> au sol pour 1 800 m<sup>2</sup> développés et 400 m<sup>2</sup> d'atelier.

Concession représentative de la dernière charte graphique de Nissan, elle possède une façade arborant le "cube" rouge Nissan, une canopée pour mise en valeur d'un véhicule, un écran d'accueil avec un message, un espace ouvert et un accueil après-vente dans le show-room. On y trouve aussi le configurateur de véhicules et d'accessoirisation.

Ici, tout est aux normes actuelles, du sol au plafond, des comptoirs aux carrelage. Elle remplace l'ancienne identité visuelle qui datait de 2004. Cette nouvelle charte graphique, qui est un programme mondial, a été déployé en 2014 pour une fin prévue en 2022. La concession du Mans réalise un volume de ventes de 480 VN et de 2010 VO. Elle emploie 31 personnes.

### 59% de Crossovers

«En 2018, la marque Nissan a réalisé 69 454 immatriculations, soit 14,9% de moins qu'en 2017. Ceci s'explique par la volonté de Nissan d'assainir sa distribution auprès des loueurs, soit 10 000 véhicules de moins», rappelle Guillaume Boisseau, Managing Director. Le mix est se compose de 19% de véhicules particuliers, 59% de Crossovers, 9% de Zéro Émission et 13% de véhicules utilitaires. La marque pense que ses ventes compteront 42% de véhicules électriques ou électrifiés en 2022.

De son côté, Laurent Le Guilcher, directeur Qualité et Développement Réseau souligne que le réseau VP/VUL «est composé de 204 sites, 5 sites d'après-vente et de 55 agréés services». En 2018, 54 investisseurs détenaient 204 points de vente. Pour sa part, le réseau Nissan Truck s'appuie sur 76 sites, dont 70% des 35 investisseurs sont déjà dans le véhicule industriel. Et de préciser que 60% du réseau est déjà aux nouvelles normes intérieures pour ses sites.

### **L'après-vente, réelle opportunité**

«L'après-vente peut représenter 40% de la rentabilité d'un concessionnaire», estime Guillaume Barbet, directeur Après-Vente. En conséquence, les délais de rendez-vous ont été abaissés ces dernières années, passant de 9,7 jours en décembre 2016 à 6,3 jours en décembre 2018. Si la fidélité des clients en après-vente était de 36% en 2016, Nissan vise les 42% en 2020.

«Des clients plus fidèles en après-vente représentent une réelle opportunité de renouvellement à la vente», estime encore G. Barbet. La vente de pneu a aussi été formalisée par Le Club associé à l'opérateur [Wyz](#). «Cela permet de ramener des clients dans le réseau», ajoute-t-il encore. Et Nissan a mis aussi en place le carnet d'entretien numérique. Outre l'historique du véhicule, il contient sa désignation et son manuel d'utilisation.

### **La nouvelle expérience client Nissan**

L'une des grandes nouveautés chez Nissan est le concept de City Hub qui a vu le jour en 2018 au centre commercial de Vélizy 2 (78 Yvelines). Le Hub ne dispose pas d'une équipe commerciale mais «d'ambassadeurs». Ce lieu est un pilote mondial pour la marque qui permet de mieux comprendre la démarche client et de le sensibiliser plutôt que de lui vendre un véhicule à tout prix. Ainsi, Nissan a remarqué que 50% des acheteurs visitaient un site Internet en amont et que 60% ont une idée précise du modèle qu'ils convoitent.

Cette nouvelle expérience client semble séduire le public puisque la Hub a reçu la visite de 16 000 personnes depuis son ouverture le 28 mars 2019, avec des pics à 600 visiteurs le samedi. Ces derniers sont ici un peu différents qu'à l'habitude car ils connaissent peu la marque et les véhicules électriques. 65% sont en phase de découverte et représentent des contacts sur le long terme, 30% ont un projet à 6 mois et 5% à court terme ou immédiat. Dans ce cas, l'information est transmise à la concession locale qui prend le relais. Le City Hub de Vélizy va subir une extension de ses capacités d'accueil en janvier 2020 en passant de 130 m<sup>2</sup> à 250 m<sup>2</sup>. Un autre site devrait ouvrir aussi en Europe.