

PROMOTIONS SAV/ATELIER : ATTRACTIVITÉ, FIDÉLISATION ET RENTABILITÉ



Si votre activité atelier (SAV et autres véhicules confondus) est bien menée, elle peut s'avérer sensiblement plus intéressante, en termes de rentabilité, que votre activité vente stricto sensu, dont les marges sont de plus en plus réduites. Encore faut-il pour cela que le taux d'occupation soit maximal, sous peine d'un déficit de productivité rédhibitoire. Vous avez donc tout à gagner à mettre en place régulièrement des opérations promotionnelles attractives, au même titre que celles qui vous sont livrées clés en main par les constructeurs pour booster les ventes. Ne comptez pas sur eux pour promouvoir votre atelier à votre place, puisque tous les bénéfices sont pour vous !

ATTRACTIVITÉ ET FIDÉLISATION

Par nature – mais surtout par intérêt – le consommateur d'aujourd'hui a la mémoire courte et l'infidélité facile. L'automobiliste n'échappe pas à la règle. Les opérations de promotion atelier vous permettront de combattre cette tendance sur deux points :

- Le client sera amené à penser à vous au-delà de la période de garantie, pour ses entretiens, ses remplacements de pièces d'usure et autres révisions, plutôt que de baguenauder au gré des opportunités concurrentes.
- Votre politique tarifaire, mise en valeur par les promotions, sera perçue comme avantageuse, au bénéfice d'une attractivité accrue et d'une fidélisation de la clientèle.

QUELLES PROMOTIONS ET COMMENT LES FAIRE CONNAÎTRE ?

Une promotion réussie, c'est une promotion qui ne coûte pas davantage qu'elle ne rapporte ! Cette lapalissade est notamment vitale en matière de coûts de communication.

Les idées de promotion attractives sont connues : bilan avant contrôle technique avec prise en charge gratuite de certaines réparations, forfait contrôle et entretien avant départ en vacances, réduction sur telle ou telle pièce de rechange, gratuité du montage, etc.

La communication à peu de frais, voire gratuite, sur les promotions atelier repose quant à elle sur quelques mesures de bon sens :

- Distribution de prospectus aux différents points d'accueil et caisses de votre structure
- Envoi de prospectus joints à tous types de courriers clientèle et fournisseurs (factures, relances et autres)
- Communication via les supports numériques (e-mails, site Internet, newsletter...)
- Communication active lors des événementiels (salons, animations, expositions...)
- Attribution de commissions aux membres du personnel sur prospection réussie de leurs proches...

ÉVALUATION DES PROMOTIONS

Mesurer l'efficacité d'une opération de promotion atelier ne coule pas de source, car celle-ci dépendra pour beaucoup de facteurs aléatoires tels que la concordance entre l'offre et la demande du moment. Par exemple, un client ne changera pas forcément ses pneus, qui peuvent encore durer quelque temps, sous prétexte que vous offrez le quatrième !

C'est sur la persévérance et la répétition que les effets pourront être constatés et chiffrés, davantage que sur une opération ponctuelle. Toutefois, le « sondage » systématique des clients atelier à leur commande d'intervention, ainsi que la mise en place d'un dispositif de coupon à présenter pour bénéficier de l'offre, sont autant de moyens simples et efficaces d'en évaluer le retour.

Les promotions atelier sont un outil clé de fidélisation clientèle et de rentabilité. Pour faire les meilleurs choix, tant sur les offres elles-mêmes que pour leur mise en place, appuyez-vous sur les retours d'expérience de tous les personnels concernés, qui vous seront d'un précieux secours pour optimiser vos opérations futures.