



RÉSEAU

Proximeca et Point Repar en route pour le futur

L'Agra a réuni mi-septembre plus de 300 personnes à Barcelone pour l'édition 2018 de la Convention Proximeca Point Repar. L'occasion de définir les axes stratégiques 2019. En premier lieu, intégrer totalement le parcours digital des clients (44 % passent par le Net pour organiser l'entretien du véhicule – source Gipa). Ainsi, après la refonte du portail en 2017 et le lancement de l'appli mobile, deux nouvelles fonctionnalités ont été ajoutées en septembre : l'estimation et la prise de rendez-vous en ligne. Et toujours dans les tuyaux, la volonté de déployer dans le réseau un dongle. «*La problématique est le partage des coûts du boîtier*», difficile à vendre à l'automobiliste, «*mais c'est une priorité du réseau. Et ce sera fait en 2019*», martèle André Brutinel, le président de l'Agra, pilote du réseau. Second pilier : la relation commerciale avec la mise en place du marketing prédictif. Deux outils – développés par EBP MéCa et **Solware Auto** – seront testés avant la fin de l'année. Enfin, l'an prochain sera lancée une démarche originale



L'équipe marketing Proximeca Point Repar sous l'œil bienveillant d'André Brutinel et de Yohann Allaman, directeur de la logistique Agra, et Armelle Dubsay aux commandes.

de parrainage qui permettra de récompenser les clients recommandant le garage. Elle viendra compléter la carte de fidélité lancée début 2018.

Montée en compétences mise en avant

Parallèlement, la tête de réseau veut pousser la formation des garages, indispensable pour intégrer les nouvelles technologies. En effet, si les véhicules diesel seront toujours sur la route – 28 % des acheteurs se projettent toujours sur cette motorisation – dans dix ans, six voitures sur dix seront hybrides et électriques (source Gipa). En attendant cette montée en compétences sur ces nouvelles motorisations, doit être mis en avant le savoir-faire de l'atelier badgé Proximeca ou Point Repar. «*D'ici fin octobre, tous les garages ayant suivi une*

formation recevront un diplôme à exposer à l'accueil.» Une démarche marketing qui fait suite au bilan de compétences réalisé l'an passé, ayant permis de déterminer par garage les grands axes de compétences à renforcer. Dans la foulée de cette nécessité de coller aux évolutions technologiques du parc, une solution sera proposée en 2019 pour aider au financement des matériels de recalibrage des ADAS.

Communication ciblée

C'est clair, l'Agra arme ses adhérents pour affronter les évolutions à venir. Et notamment la montée en puissance des flottes dans le parc roulant. Et parce que le réseau n'affiche pas encore un maillage optimal – 110 ateliers aux couleurs des enseignes pilotées par l'Agra – pour aller attaquer les grandes flottes nationales,

l'équipe joue la carte des flottes locales d'artisans et de PME. En 2019, une campagne de communication ciblée sur ces petites flottes va être mise à la disposition des garages. La vente VO, très fidélisante pour l'atelier, est aussi dans le viseur. Aujourd'hui, à peine 18 % des transactions sont réalisées par les MRA (source Gipa). Un levier à actionner via le partenariat avec ATB Auto qui met à disposition une offre de 500 véhicules, à laquelle s'ajoute un produit de financement du véhicule via Solfipro ou encore une garantie VO (C2A Garantie). André Brutinel voit encore plus loin après le rachat d'APC, un distributeur belge très actif sur la fourniture de consommables carrosserie. «*On pourrait déborder sur le monde de la carrosserie. C'est une demande de notre réseau, dont 20% associe mécanique et carrosserie.*» Un Proximeca Carrosserie dans le carton ? Enfin, le président profite de cette convention pour balayer d'un revers de main les rumeurs persistantes : «*L'Agra n'est pas à vendre et ne le sera jamais car son modèle ne s'y prête pas !*» ●