

APRES VENTE AUTOMOBILE

Périodicité : mensuel

Septembre 2006

APRÈS-VENTE VI

DES OUTILS POUR LE MULTIMARQUISME

75% des concessionnaires VI estiment qu'ils devront inclure le multimarquisme dans leur stratégie après-vente. Quoi de plus logique, lorsqu'on sait que 90% des flottes poids lourds sont multimarque ! Pour ces concessionnaires, traditionnellement bornés à une seule marque, la tâche n'est pas simple. Tech Truck, jeune société menée par des anciens du secteur -Y. Delorenzi (ex AD PL) et S. Jaouabi (ex Daf Trucks)- entend les y aider. A côté d'une gamme de services modulables (sur le chronotachygraphe, le contrôle technique, les outils de diagnostic, etc.), elle propose un outil inédit : une centrale d'achat de pièces

concurrentes en qualité d'origine ! La base de données «Techtruck pièces» disponible en ligne à partir d'octo-

bre, proposera dès son lancement d'identifier 60 000 références croisées parmi les 250 000 concurrentes. Outre cette visibilité sur l'offre des équipementiers, la base fonctionne comme une centrale d'achat ayant pré-négocié les conditions de vente avec les fournisseurs. Le concessionnaire peut ainsi à partir d'une référence, comparer offre et conditions proposées par l'ensemble des constructeurs et fournisseurs, sélectionner la pièce de son choix et procéder à l'achat en ligne. La pièce lui sera livrée par le réseau logistique habituel du fournisseur. 25 équipementiers couvrant 12 familles de pièces constituent la base appelée à couvrir à court terme 80% des besoins en entretien multimarque. Selon Y. Delorenzi, «cette base est un outil de conquête pour drainer une clientèle multimarque vers l'atelier du concessionnaire, elle permet au transporteur de trouver une compétence multimarque adaptée à son parc».

