L'offre globale selon Techtruck

FUSION DES CULTUR

Jean-Marc Pierret

vec 19 concessionnaires affiliés totalisant 40 sites et couvrant 40% du territoire national, Techtruck poursuit son bonhomme de chemin tracé en 2005 par ses deux fondateurs, Yves Delorenzi et Saad Jaouabi, respectivement DG et DG-adjoint. Après avoir ouvert le capital à 6 concessionnairesactionnaires la veille de Solutrans 2007, Techtruck a définitivement prouvé en 3 ans la pertinence de son concept : créer une «nouvelle race» de concessionnaires PL en greffant les gènes manquants du négoce multimarque sur ces pros monomarque du véhicule neuf, de la technicité et du service.

Logiquement, cette communauté de concessionnaires-mutants fonctionne sur la base de principes culturels forts: le respect du panneau constructeur bien sûr et des territoires confiés (chaque représentant d'une marque reste unique sur son ou ses territoires initiaux). En évitant ainsi d'introduire toute zizanie commerciale, les fondateurs de Techtruck ont pu réussir en peu de temps d'impensables synthèses entre OES et IAM.

Compétences croisées

La première et non la moindre : faire découvrir la richesse de l'univers pièces et services équipementiers à des concessionnaires élevés dans le culte exclusif de la pièce constructeur. Autre piste novatrice : la mutualisation des compétences techniques. Ouand Techtruck aura -enfinfait entrer dans sa ronde un concessionnaire Mercedes, toutes les marques VI y seront représentées (hors RVI qui mène sa propre vie via E+S). Mais d'ores et déjà, les réflexes se prennent. Un concessionnaire d'une marque rencontre un problème sur un véhicule d'une autre marque? Un coup de fil à l'atelier du concessionnaire membre et le tour est joué. Un concessionnaire rencontre une difficulté d'approvisionnement sur une pièce de marque? Il peut se dépanner auprès de son homologue de Techtruck.

«C'est l'une de nos forces», se félicite Yves Delorenzi: «la mise en commun de l'ensemble des compétences-clés des réparateurs agréés sans risque de concurrence territoriale». Car si le concessionnaire est par essence monomarque, il sait qu'il doit produire un service complet à des clients transporteurs qui sont pour la plupart multimarque...



Si l'interconnexion des savoirfaire constructeurs au sein de Techtruck est unique en son genre, elle n'est pourtant pas la seule clé de voûte de Techtruck. Sa raison d'être initiale, c'est la pièce VI. Toute la pièce VI. De l'entretien-usure jusqu'à la pièce de carrosserie.

Au travers d'une base de données accessible par Intranet et regroupant les 800 000 références de 40 équipementiers croisées avec celles des constructeurs, les membres de Techtruck peuvent, pour un abonnement de 200 € par mois, sélectionner, comparer et commander l'essentiel des pièces d'entretien-usure multimarque. «Toutes les équivalences apparaissent et le concessionnaire choisit», explique Y. Delorenzi qui se félicite de la fidélité des membres: «85% des commandes totales transitent par la base dont le CA progresse régulièrement». Bien sûr, cette base n'est pas



Y. Delorenzi, DG Techtruck: "les affiliés commencent à parler de réseau".

exhaustive. Il lui mangue encore quelques familles-clés, que Techtruck complète les unes après les autres. Mais cela n'a pas une importance cruciale. Car d'ores et déjà, les offres cumulées des équipementiers et des concessionnaires permettent d'atteindre 100% des besoins en pièces et en informations techniques. Le tout en segmentant une offre idéale sur 3 niveaux : la pièce constructeur (y compris la pièce de carrosserie) via les affiliés, la pièce équivalente à l'origine via les équipementiers première monte et la pièce adaptable via les équipementiers aftermarket.

La base Techtruck a négocié des conditions d'achats avantageuses, facilite la commande, assure son suivi et son traitement en garantissant une mise à jour constante des références et des prix. Elle permet même de déclencher une livraison express en dépannage, en s'appuyant sur la logistique des équipementiers-partenaires qui facturent directement les affi-

Tout le monde y trouve son compte: le concessionnaire accroît encore sa capacité de service et sa proximité-clientèle: l'équipementier entre sur un marché nouveau en allumant parallèlement un contre-feu aux initiatives constructeurs multimarque trop centralisatrices telles les gammes TRP (Daf) ou Okelia (Renault). Quant aux clients, ils trouvent dans cette communauté de compétences et de services l'offre complète qui accompagne leur(s) activité(s) de transport.

9

Réseau ou pas réseau?

Autre signe de maturité: 2 garages ont été ouverts aux couleurs Techtruck.



Le premier à Verne-sur-Seiche à côté de Rennes et le second à Loudéac (côtes d'Armor), tous deux à l'initiative du groupe Aubrée Garage (Scania, VW, Isuzu Trucks, LDV, Van Hool) détenu par Renaud Vauléon, par ailleurs président de Techtruck. Peut-on alors parler d'ores et déjà de réseau ? «Les affiliés commencent à évoquer ce mot», concède prudemment Y. Delorenzi qui ne veut ni brûler les étapes, ni chatouiller trop prématurément la queue de quelque dragon. «Ce qui est encourageant, conclut-il, c'est que l'on commence à être visibles: des équipementiers qui se cooptent et/ou frappent à la porte de notre base comme des concessionnaires qui eux aussi se cooptent ou posent leur candidature. Mais nous pourrons vraiment parler de réseau quand le succès de Techtruck ouvrira les portes des flottes nationales».

En attendant, il faut tenir la promesse faite début 2008 : disposer d'un site-adhérent par département avant la fin de l'année.