# Productivité et rentabilité, **attention à la vente en ligne des pièces**

**Les ateliers des spécialistes motoculture demandent plus de gestion et un travail de fond afin d'augmenter leur productivité. La rentabilité de ces centres de profit doit être obtenue grâce aux moyens modernes.**

Tout connaître sur son atelier, sur les heures facturables, sur les pièces et les consommables qui ont été utilisés dans l'intervention, est aujourd'hui une nécessité. Les chefs d'atelier et les dirigeants sont dans l'obligation d'organiser les centres de service après-vente pour qu'ils ne soient pas un défaut mais une qualité dans leurs structures où la mécanique fait partie du cœur du métier. L'idéal est d'auditer le fonctionnement du SAV, qui comprend à la fois le service pièces détachées et l'atelier. L'audit comprendra l'analyse de la stratégie déployée pour le service, des procédures, du système de gestion et d'organisation, des moyens utilisés (locaux, équipement, hommes, véhicules). Il s'agit de savoir ce que fait la structure et de dire ce qu'elle pourrait faire pour gagner en rentabilité. Lors de cette analyse, le chef d'entreprise, qui fera appel à un consultant extérieur, ne doit pas s'enfermer dans des dogmes pour pouvoir innover ou vérifier que les schémas en place sont cohérents.

Le catalogue avant-saison bois et forêt de F1 Distribution : le Web est largement utilisé par les fournisseurs de pièces, mais le format papier est toujours très apprécié des magasiniers.

## DE LA GESTION

Des systèmes informatiques dédiés, étudiés pour l'agricole et la motoculture, pour des entreprises à points de vente multiples ou non, existent sur le marché (*voir page 98*). Autant les étudier, en discuter avec des confrères, mesurer ce qu'ils pourraient apporter à l'organisation. Il s'agit d'utiliser les moyens d'aujourd'hui pour planifier les tâches, suivre les clients à la fois dans les domaines de la vente et du service, lancer des opérations sur les fichiers et, au final, gérer les différents services avec des tableaux de bord. Ces outils et méthodes peuvent aussi faciliter la mise en place de nouvelles formes de rémunération avec des variables liées au résultat général de l'entreprise, du service, de chaque individu. Une attention particulière sera apportée aux flux générés entre le magasin pièces détachées et l'atelier (le phénomène de rétrocession). La gestion passe aussi par un travail sur les fournisseurs de pièces et consommables. Qui sont-ils ? Que me fournissent-ils ? Ai-je trop de fournisseurs (le « pas assez » est relativement rare dans le métier) ? Mes fournisseurs sont-ils en phase avec ma stratégie et peuvent-ils m'aider à mieux gérer ? Cette question se pose notamment pour les stocks.

Concept de libre-service en magasin développé par Sterenn pour augmenter les ventes de pièces, consommables et accessoires.

## DE L'ORGANISATION

Une bonne organisation repose sur les infrastructures disponibles, sur la possibilité ou non de les faire évoluer (et à quel prix), sur les équipements, sur la mise en place de procédures, sur les ressources humaines. Le premier point est souvent le plus sensible car il est parfois difficile de réaménager des locaux anciens pour augmenter de manière satisfaisante la productivité. Mais, c'est toutefois possible si l'on parvient à exprimer ce qui fait perdre du temps, ce qui est obsolète, ce qui peut

Plusieurs constructeurs américains ont lancé des divisions pièces détachées. C'est le cas de MTD avec Arnold (photo) mais aussi du groupe Ariens avec Stens.

Marolotest, qui a débuté avec les tables élévatrices moto puis espaces verts, devient un fournisseur global pour l'atelier. Ici avec des systèmes de distribution des lubrifiants.

contribuer à provoquer des accidents... Il faut en tout cas penser le réaménagement des locaux avant de procéder à de nouveaux investissements dans les équipements de stockage des pièces ou dans l'atelier. Concernant les procédures, il est aujourd'hui prouvé que la mise en place d'un pensum « maison » où les tâches sont décortiquées, énumérées, écrites, permet de faire gagner en qualité, en prévention des accidents, en gestion des ressources humaines (particulièrement les nouveaux embauchés qui s'intégreront plus facilement dans l'organisation). Quant aux ressources humaines, un travail important est encore à faire dans les métiers techniques pour créer des dynamiques d'équipe et faire en sorte que les salariés soient accompagnés (par exemple avec un plan de formation). L'organisation d'entretiens annuels est absolument nécessaire pour faire le point, analyser, se confronter à l'autre et pouvoir s'engager pleinement dans la période suivante.

Les grossistes membres de Motoriste + ont, au fil du temps et de la concurrence, développé des offres complémentaires. Leur cœur de métier reste les moteurs et les pièces d'origine.

## BIEN S'ÉQUIPER : RÉDUIRE LA PÉNIBILITÉ ET MIEUX TRAVAILLER

L'un des nombreux défis lancés aux entreprises consiste à réduire la pénibilité du travail, les sources de pollution pour les hommes et l'environnement, et à prévenir les accidents. Il s'agit le plus souvent d'être en conformité avec la loi et les nombreuses réglementations. Un revendeur, qui souvent n'est pas un homme de loi, devrait donc adhérer à un syndicat professionnel afin de connaître les changements qui influent sur la vie de l'entreprise et les correctifs qu'il doit appliquer dans son organisation sous peine de tomber dans l'illégalité. Ce point étant fait, il lui faut prendre conscience de l'évolution technique qui permet aujourd'hui aux techniciens de mieux travailler avec des équipements et des outils spécialisés dont l'ergonomie est étudiée. L'innovation oblige aussi à former son personnel et l'on ne peut que recommander de faire suivre les stages de formation proposés par les fournisseurs.

Le groupe Blount est un acteur important de la pièce et des accessoires avec Oregon, particulièrement dans les lames de tondeuses.

En plus de fournir des pièces adaptables ou d'origine, Kramp a développé des services pour les concessionnaires. Le sur-mesure en hydraulique en est un.

## LA PIÈCE DÉTACHÉE : UN POINT SENSIBLE

De très gros acteurs se partagent le métier de la pièce détachée et des consommables aux côtés des constructeurs et importateurs qui ont, eux aussi, une activité importante dans ce secteur. Le métier de grossiste, qui était dans un premier temps réservé à des spécialistes du moteur, a évolué, d'une part avec la prolifération des pièces adaptables et, de l'autre, avec la montée en puissance de grands groupes européens ou internationaux structurés dans les métiers de l'agricole, du TP, de l'industrie. Les grossistes régionaux ont toujours une place sur le secteur et ont pu défendre leur métier en étendant leur offre et, généralement, en tissant des partenariats avec des marques. L'intérêt du revendeur est de pouvoir commander chez eux un large panel d'items, de grouper les commandes, et de faire ses présaisons. Il est aussi d'avoir face à lui des spécialistes. De grandes structures généralistes se sont engouffrées sur le marché, souvent en démarrant par l'agricole et en lançant des opérations de croissance interne ou externe en motoculture. Elles se sont rajoutées aux grossistes existants et aux Français spécialisés dans la pièce de rechange.

## LA VENTE EN LIGNE : LES PIÈCES AUSSI SONT SUR LA TOILE

Le *« Do It Yourself »* étant aujourd'hui une tendance bien ancrée chez de nombreux consommateurs qui ont fait le bonheur des grandes surfaces de bricolage, il n'est pas étonnant que le commerce de pièces détachées techniques se fasse de plus en plus sur Internet, sur des sites de vente spécialisés. Ces sociétés, le plus souvent petites mais bien organisées, commencent à avoir pignon sur rue. Elles profitent de la facilité d'accès à l'information que confère le Web, mais aussi de l'opacité du marché de la pièce détachée, où tous les prix sont pratiqués. Certains consommateurs avertis ont largement testé cette nouvelle forme de commerce et ont apprécié le service rendu. Ils en parlent autour d'eux et dans des blogs. Attention, ce phénomène pourrait largement s'amplifier.

**/ J.-P.R.**

# Des outils qui avancent avec le Web et les solutions mobiles

**Les entreprises de vente et de réparation de matériels, de stockage de produits finis et de pièces ont besoin d'une gestion affinée pour leurs différents services. La tâche se complique encore si les structures possèdent des points de vente multiples et, parfois, regroupent plusieurs sociétés. Enfin, les nouvelles technologies de communication, appliquées aux besoins internes et externes des revendeurs, sont des outils qu'il faut intégrer.**

Aujourd'hui, l'entreprise motoculture est connectée. Elle l'est vers ses fournisseurs, elle doit l'être vers ses clients.

Les logiciels dédiés aux métiers des concessions espaces verts et agricoles se sont, dans un premier temps, calqués sur le fonctionnement des distributeurs de machines. Petit à petit, ils ont offert de nouvelles fonctionnalités en exploitant leur puissance de calcul et d'archivage. Pour les gestionnaires, il est normal d'accéder à un inventaire permanent et de mieux contrôler les recettes et les marges de chacune des entités. Avec les modules les plus développés, les commerciaux de terrain peuvent avoir accès à des bases de données sur leurs prospects ou sur des matériels d'occasion en stock. Ces modules permettent également de communiquer avec les systèmes informatiques des principaux constructeurs ou des serveurs d'occasions en ligne. Enfin, le service étant au cœur de ces métiers, les logiciels intègrent de plus en plus les outils pour optimiser la relation entre le service après-vente et le client final. Ce dernier est averti sur son email et/ou sur son téléphone mobile qu'il peut reprendre son matériel, que la pièce commandée est en stock...

Des revendeurs ont intégré des systèmes de gestion par codes-barres.

## DE LA VENTE TRADITIONNELLE À LA GESTION DU LIBRE-SERVICE

De nombreux professionnels des univers agricoles et espaces verts sont entrés dans des démarches de libre-service sur une partie des familles de produits. Des enseignes mais aussi des fournisseurs de pièces, accessoires et consommables, certains constructeurs et des centrales de groupements d'achat leur proposent des concepts. Le libre-service signifie, pour être efficace, la mise en place de systèmes de gestion spécifique avec des codes-barres qui permettent de suivre à la fois, les

Les outils mobiles connectés comme les tablettes font leur apparition dans les fonctionnalités de certains modules de logiciel tel MobiTec chez Mistral Informatique ou Agrigest pour Logy'one (groupe Skilliance).

stocks, la mise en rayon mais aussi le passage en caisse. Ces fonctionnalités peuvent être rajoutées sur certains logiciels.

## LE GROUPE SKILLIANCE REPREND TECHNTRONIC

Avec plusieurs regroupements, le secteur des fournisseurs de solutions de gestion pour les revendeurs agricoles et motoculture s'est restructuré. Le groupe Skilliance, qui détient Everlog, vient de racheter Technitronic et de regrouper cette activité au sein de sa société Logy'one avec l'objectif de devenir le numéro un des applications de gestion pour les revendeurs dans le deux-roues et dans la motoculture. Skilliance, avec Everlog, est très impliqué dans les concessions automobiles et les véhicules de loisirs ainsi que dans l'agricole (avec Winagri Plus) et chez les revendeurs espaces verts, avec Wingreen Plus. Les solutions proposées étaient cependant plutôt destinées à des grosses structures. Avec la division Logy'One dans laquelle Technitronic est intégré, ce sont les logiciels de gestion Motogest (deux-roues) et Agrigest (motoculture de plaisance) qui sont concernés. Le lancement de nouvelles versions de reporting et d'analyse de performance est annoncé ainsi qu'un module dédié à la vente en ligne.

Logy'one est la société du groupe Skilliance dans laquelle les activités de Technitronic, Agrigest et Motogest ont été intégrées.

## IRIUM : TRÈS IMPLIQUÉ DANS LES SOLUTIONS INTERNET

Le groupe Irium, dont les origines remontent aux années quatre-vingt, est né de la fusion de Mai, Régie et Batinix. Il est très présent dans le milieu agricole aussi bien en France qu'à l'étranger. Pour répondre aux besoins des très petites entreprises comme à ceux d'importantes structures aux multiples filiales, y compris avec des activités internationales, le

GreenOv
Green Innovation Consulting

Raclettes de nettoyage pour tondeuses à gazon

SCRAPER 250, 350, 360

Parfaitement adaptées à tous les types de tondeuses

POUR TONDEUSES À CONDUCTEUR MARCHANT

• Fixation au guidon ou sur le châssis de la tondeuse
• Nettoyage du carter de coupe de la tondeuse :
- carters en acier
- carters en matière plastique
- carters en aluminium
• Nettoyage de la goulotte d'éjection (en cas de bourrage)

SCRAPER 999

POUR TONDEUSES AUTOPORTÉES

Outil de nettoyage télescopique

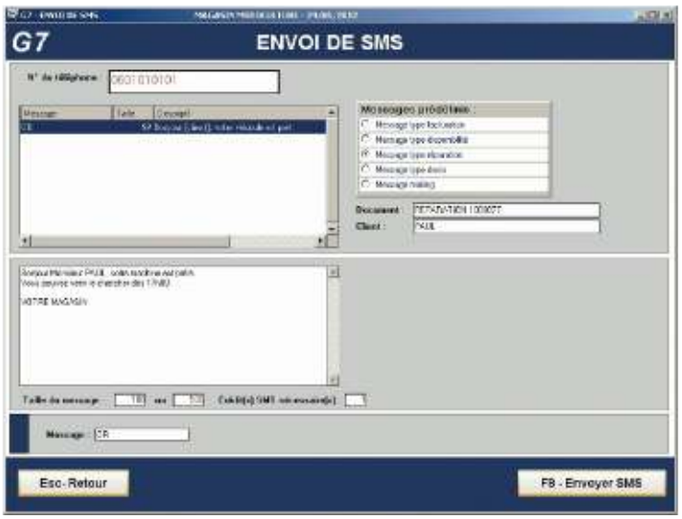
• Fixation sur le bac de ramassage arrière ou sur la carrosserie de la tondeuse
• Nettoyage du carter de coupe de la tondeuse
• Nettoyage de la goulotte d'éjection (en cas de bourrage)

Consultant en innovation et développement de produits d'équipement pour les espaces verts

GreenOv - Mark RUBENSTEIN
72, cours de la Liberté - 69003 LYON - France
Tél. +33 (0)6 48 15 12 97 - m.rubenstein@greenov.fr
www.greenov.fr

Chez Irium, le logiciel i30 est répandu chez les concessionnaires. Le module d'envoi SMS-Mail est disponible sur l'ensemble des produits du fournisseur.

spécialiste a décliné son offre en cinq produits i10, i30, i40, i80, i100, plus deux autres, iRent30 et iRent80, pour les loueurs. Ces logiciels prennent en compte les métiers de base de la machine agricole en comptabilité, pour l'atelier, ainsi qu'en gestion du magasin ou des matériels neufs et d'occasion. Ils s'adaptent également aux besoins des négociants de pièces. Des solutions complémentaires sont disponibles lorsque l'entreprise veut développer de nouveaux services. C'est le cas d'iWeb : il se décline en plusieurs modules avec iWeb Client qui permet aux clients de se connecter sur leur compte sur le site




Fonction d'envoi de SMS chez Futurosoft. Des messages prédéfinis peuvent être expédiés aux clients en fonction des activités de l'entreprise : facturation, disponibilité de pièces ou machines, devis, mailing promotionnel, intervention d'atelier terminée…

Internet, iWeb Shop pour lancer un site marchand, iWeb Parts pour la vente en ligne de pièces aux clients en compte, iWeb Machines pour publier ses annonces de matériels d'occasion et iWeb Warranty, service avec lequel les clients saisissent leurs garanties via le Web.

## FUTUROSOFT G8 : DU PLANNING À L'ENVOI DE SMS

Enfin, Futurosoft et son G8 sont bien implantés dans les commerces des deux-roues, de la motoculture et des centres

La mise en place d'un libre-service entraîne de nouveaux besoins en matière de gestion des stocks, d'approvisionnement et de passage en caisse.

auto, et, plus globalement dans les entreprises qui associent les activités de vente et d'atelier. Le logiciel Gestimag version 8 peut se développer avec des modules, dont l'un est dédié aux plannings d'atelier et l'autre est tourné vers la gestion de la relation client (CRM). Une autre fonctionnalité de G8 permet l'envoi de SMS aux clients, concernant à la fois les besoins de l'atelier, du service pièces détachées ou des opérations commerciales.

## MISTRAL : PROFESSIONNALISER LES INTERVENTIONS TECHNIQUES

Mistral Informatique est un autre grand du secteur. Il propose Magrix aux concessions agricoles et espaces verts et DLRIX pour les secteurs des matériels de BTP et de manutention. MobiTec, outil conçu et développé par Mistral Informatique, permet d'équiper les techniciens effectuant des interventions extérieures avec une solution moderne répondant aux exigences d'efficacité, de rentabilité et de mobilité. Il facilite les interventions sur le terrain grâce aux données dont ils disposent sur leur interface mobile (tablette). Ils ont accès aux historiques des interventions effectuées, au parc, au stock de pièces détachées du véhicule et du magasin, aux documentations techniques, aux retards de paiement… L'outil permet aussi le traitement complet de l'ordre d'intervention et la prise de photos annotées. Il bénéficie d'une aide à la localisation (géolocalisation), d'un navigateur GPS, de l'envoi de mails, de la signature sur la tablette et de la possibilité de remettre en main propre sa fiche d'intervention au client.

**/ J.-P.R. et B.S.**

PATRICK COLLARD

# « Notre métier à la croisée des chemins »

**Patrick Collard, président du SMJ (Union des spécialistes en matériels de parcs et jardins), estime que le marché, qui a connu de nombreuses années de fort développement, puis est entré dans une phase de maturité, se complexifie de plus en plus. Les nouvelles technologies, les changements chez les grands constructeurs internationaux, les fortes mutations dans le commerce avec la montée en puissance de la vente en ligne sont des éléments qui font bouger les lignes de l'existant. Les spécialistes motoculture doivent prendre en compte ses évolutions, mais ils ne sont pas les seuls, les autres circuits de distribution également.**

Patrick Collard, président du SMJ.

« Notre métier de spécialiste en matériels de parcs et jardins est en pleine mutation. Le développement sans borne du e-commerce va révolutionner notre rôle de revendeur spécialisé vis-à-vis du client et également, à terme, nos relations contractuelles avec nos concédants, importateurs ou fabricants. La fidélité, les traditionnelles relations que nous entretenions avec les clients sont devenues des valeurs insuffisantes au regard des acheteurs d'aujourd'hui et de demain.

Le service structuré, géré, vendu à son vrai prix, fait encore la différence entre le circuit des spécialistes motoculture et les autres (Atelier de la société Tamo, Vendée).

La rentabilité de nos entreprises est en jeu car non seulement les progressions en termes de chiffre d'affaires sont hypothétiques, surtout dans cette période de crise, mais surtout la marge sur les produits finis est tirée vers le bas (e-commerce, GSB...). »

## NOTRE DIFFÉRENCE : LE SAV

« C'est principalement le SAV qui fera la différence avec les autres circuits de distribution au niveau des consommateurs, mais également au niveau des fournisseurs et constructeurs. Ceux-ci essaient de renforcer leur image de marque en durcissant leurs relations avec leur réseau de distributeurs traditionnels afin d'enrayer l'arrivée de nouvelles marques, essentiellement d'origine asiatique.

En même temps, ils s'interrogent et certains prennent des décisions aux conséquences incertaines concernant la distribution de leurs produits via les GSB ou le e-commerce. Conséquence incertaine au niveau du conseil au consommateur, du choix et de la sécurité.

Conséquence incertaine aussi au niveau du spécialiste, qui sera pris en otage entre un client mal conseillé pour qui il devra assurer le SAV et une obligation contractuelle de SAV avec un constructeur qui, aujourd'hui, n'indemnise pas l'intervention « garantie » au juste prix.

La distribution des matériels de parcs et jardins est en pleine mutation et le SMJ est au cœur du débat afin de préserver l'intérêt des spécialistes à court et long terme dans un rapport gagnant-gagnant avec les fournisseurs.

Le spécialiste en matériel de parcs et jardins doit rester la clé de la distribution de la motoculture. »