

Les membres du groupe de réflexion Club SAV ont travaillé sur les problématiques de services et de fidélisation, ainsi que sur les actions à mettre en œuvre auprès des clients professionnels.

Les 12 et 13 septembre derniers, quelques concessionnaires se sont réunis autour de Pascal Dona (Service Plus2) afin d'évoquer et travailler sur des pistes de réflexion visant à optimiser leurs SAV respectifs, notamment auprès des clients professionnels. Les échanges vont se poursuivre, d'autres réunions ayant été programmées. Le groupe s'est unanimement baptisé « Club SAV ».



## SERVICE PLUS2

# Naissance du « Club SAV »

Par Jean-Paul Roussennac



Pascal Dona, fondateur du cabinet Service Plus2, spécialiste de l'accompagnement des entreprises dans l'optimisation de leur SAV.

L'organisation des entreprises présentes sur le segment des matériels pour espaces verts, l'optimisation de certains services avec la montée en puissance des nouvelles technologies (notamment à batterie), mais aussi les changements de comportement des clients et la concurrence de la vente en ligne sont plus que jamais à l'ordre du jour. Des marques travaillent sur ces thématiques avec leurs réseaux, cherchant, entre autres, à favoriser l'émergence de nouveaux services vers le client final. C'est notamment le cas de Stihl qui, en janvier dernier, avait convié des revendeurs à une réunion

de travail sur ces sujets dans le cadre de ses « stages de gestion du service après-vente et de la relation client », où intervenait Pascal Dona, fondateur de la structure Service Plus2 spécialisée dans l'accompagnement des entreprises pour l'optimisation de leur SAV.

### Se poser pour réfléchir

Lors de cette journée, à la fin de laquelle dix actions concrètes sont ressorties, six participants ont souhaité approfondir deux d'entre elles en lien avec le marché des clients professionnels. Pascal Dona leur a alors proposé de former un groupe de travail indépendant de la marque Stihl. Celui-ci s'est



Les entreprises très engagées sur le marché professionnel vont également devoir réfléchir à la transformation de leur centre de profit d'après-vente.

retrouvé les 12 et 13 septembre derniers sur le site des Éts Lejeau, à Ballan-Miré (Indre-et-Loire), l'une des entreprises participantes. Six

autres dirigeants souhaitant réfléchir sur ces questions sont venus consolider l'équipe de départ. Constitué de structures de tailles très différentes, provenant de nombreuses régions, de zones rurales et urbaines, pour certaines proches de

grandes agglomérations, le groupe s'est nourri de son partage d'expériences. Une véritable cohésion s'est développée pour aboutir à la création du « Club SAV ». Les membres ont pris la décision de se retrouver deux fois en 2020, l'une en janvier, à Angers (Maine-et-Loire), et l'autre en septembre, à l'issue de Salonvert en région



Les membres du Club SAV se sont réunis les 12 et 13 septembre dans les locaux des Éts Lejeau, à Ballan-Miré (Indre-et-Loire).

parisienne. Entre ces périodes, leur fonctionnement prendra la forme d'échanges d'informations sur certains points demandant des éclairages précis.

### Comprendre le secteur « pro »

La clientèle professionnelle constitue un secteur à part entière chez

## REPÈRES

### Les membres du Club SAV

- Dominique Auber (Éts Auber, Seine-Maritime)
- Laurent Bour (Bourg Erwin, Moselle)
- Fabrice Caille (Éts Caille, Allier)
- Olivier Cros (Cros SARL [ex-Grunberg], Lot-et-Garonne)
- Daniel Crosnier (Éts Crosnier, Yvelines)
- Pascal Dona, animateur du groupe (Service Plus2, Val-d'Oise)
- Mickaël L'Eleouet (L'Eleouet Motoculture, Finistère)
- Pascal Leygue (Chalosse Loisirs Motoculture, Landes)
- Thomas Mathevon (Motoculture 42, Loire)
- Bernard Menassanch (Lejeau Motoculture, Indre-et-Loire)
- Christophe Ouvrard et Laurent Tricoire (Modis Modema, Maine-et-Loire)
- Pascal Rabot (Rabot Frères, Indre-et-Loire)
- Benoît Roux et Christophe Combrouze (SBM Motoculture, Haute-Vienne)

# Paysalia

Le salon  
**Paysage Jardin & Sport**

**3-4-5 décembre 2019**  
EUREXPO, LYON - FRANCE

## TERRITOIRE D'INNOVATION

DEMANDEZ VOTRE BADGE D'ACCÈS sur [www.paysalia.com](http://www.paysalia.com) avec le code **PPPAG**

CONTACT +33 (0)4 78 176 324  
[paysalia@gl-events.com](mailto:paysalia@gl-events.com)

[paysalia.com](http://paysalia.com)    



Made by  En co-production avec  chaque jardin compte

En partenariat avec     

Avec le soutien de  Les professionnels du végétal

Sous le haut patronage de  EUROPEAN LANDSCAPE CONTRACTORS ASSOCIATION



## RÉFLÉCHIR SUR LE DÉVELOPPEMENT DU SAV

Dans de nombreux secteurs d'activités techniques ayant toujours besoin de professionnels qualifiés pour intervenir sur des machines, des questions sur le sujet de la rémunération du SAV sont posées. Le marché des matériels dédiés aux espaces verts ne fait pas exception. La part de marché des produits électriques augmente au détriment des familles de produits traditionnels utilisant des moteurs thermiques. La réunion du Club SAV a permis d'effectuer des constats de cet ordre selon le vécu des structures, l'objectif final étant, au-delà de ces observations, de chercher des pistes de développement. Ces dernières touchent plusieurs niveaux au sein des structures :

- une organisation du SAV sans faille, à l'atelier et au magasin pièces détachées ;
- un recours à des personnes formées aux nouvelles technologies et une accentuation de la fidélisation des clients en utilisant notamment ces technologies (communication digitale, se montrer proactif plutôt que réactif à l'aide d'outils de diagnostic, faire la chasse à tout ce qui n'est pas facturé...);
- la recherche de modes opératoires pour développer le chiffre d'affaires et la marge des services afin de compenser les volumes qui seront perdus sur le marché de la pièce détachée et des interventions techniques.

Cet important programme de travail nécessite de nombreuses autres réunions, complémentaires de celles qui sont ou seront effectuées par les grands constructeurs.



Sur le dernier Salonvert Sud-Ouest, un exemple de services développés par Agri 33. Ce concessionnaire a créé son département de location « Agriloc TP », lequel propose à la clientèle des matériels agricoles, pour espaces verts et de TP.



L'accueil SAV reste un outil primordial dans le dispositif des entreprises.

les revendeurs. Ce marché présente des typologies de clients très différentes selon les implantations des entreprises. En théorie, il s'agit massivement des entreprises du paysage (avec d'énormes disparités selon les structures), des structures de services à la personne, des services espaces verts et sportifs des villes, des ESAT... En pratique, cela va beaucoup plus loin avec l'hôtellerie de plein air, les arboristes grimpeurs (qui ne sont pas forcément des paysagistes), les artisans qui viennent de métiers périphériques (bâtiment, petits TP), les agriculteurs qui réalisent des travaux d'entretien

du paysage... Si ces clients sont des consommateurs de matériels destinés à la création et à l'entretien des espaces verts, des arbres et des paysages, ils ont cependant des centres d'intérêt différents et des manières d'acheter hétérogènes. Il convient donc d'apporter des réponses précises à leurs attentes tant en matière d'achat que sur le plan des services associés dès la vente, comme la fourniture des pièces détachées et les opérations en atelier.

### Être porteur de solutions sur le marché

« L'idée de départ de ce groupe est de travailler des points précis. Nous les déclinons à travers des actions complémentaires de celles des marques. Si nous avons étudié les sujets de la LLD [location longue durée] ou des autres types de vente, ainsi que les procédés de location pure pour les utilisateurs professionnels, il ne s'agit pas de refaire ce que certaines marques proposent déjà dans leurs services. L'objectif est de trouver des solutions pour

de nombreux autres fournisseurs qui n'offrent pas d'alternative, mais aussi de chercher en périphérie – par exemple, du côté du petit BTP », commente Pascal Dona. Et Le dirigeant de conclure : « Aujourd'hui, paradoxalement, alors que les technologies évoluent et que les exigences des clients se renforcent (durée d'immobilisation des machines à l'atelier, communication SAV peu ou mal faite vers le client final), que les revendeurs professionnels savent gérer les gros matériels et facturer les interventions, ces spécialistes ont en revanche toute une méthodologie à mettre en place pour optimiser la gestion de parc des petites machines en utilisant les technologies de l'information et de gestion disponibles aujourd'hui, des méthodes qui permettent de rassurer des clients pros et aussi de les gérer au magasin pièces et à l'atelier avec une réelle personnalisation. Optimiser la gestion des comptes pros pour l'après-vente permet également à l'entreprise de ne pas dérégler le planning de l'activité grand public. » ■