

Auto Journal

PP40014105

L'officiel de l'automobile au Québec

Septembre 2015 – 3,95 \$ – Autosphere.ca

Votre
partenaire
de choix

PPP PROTECTION
AUTOMOBILE
groupeppp.com

VOX POP

COMMENT FIDÉLISER LES CLIENTS APRÈS
L'ÉCHÉANCE DE LA GARANTIE ?

4

AMVOQ

INVESTIR DANS L'HUMAIN POUR TIRER
LE MEILLEUR DES LOGICIELS PAR STEEVE DE MARCHI

8

DOSSIER PIÈCES & SERVICE

AMÉLIORER L'EFFICACITÉ :
UNE PRÉOCCUPATION QUOTIDIENNE



12

AUTOJOURNAL VISITE...

HGRÉGOIRE RIMOUSKI

La famille au cœur de l'entreprise

On dit que la pomme ne tombe jamais loin de l'arbre... Le propriétaire du Mégacentre HGrégoire Rimouski, Ghislain Desjardins, en est un bel exemple. Il a si bien su transmettre sa passion de l'automobile à sa famille que ses trois fils et sa conjointe travaillent aujourd'hui avec lui.

22

ÉVÈNEMENT



L'ALBI OPEN 2015

Un succès à la mesure du Géant

ALBI le Géant tenait son premier tournoi de golf à Terrebonne, le 6 août dernier.

6

SUR LA ROUTE



CONCOURS DE BEAUTÉ

Pebble Beach 2015

Faits saillants de l'une des plus importantes expositions d'automobiles exceptionnelles au monde.

10

ENTREPRENDRE
UN VIRAGE PERFORMANT.

DÉCOUVREZ LE FINANCEMENT
PRÊT-À-CONDUIRE DESJARDINS.

partenaires-desjardins.com/financement



Coopérer pour créer l'avenir





La bête noire

Les résultats d'une récente étude de J.D. Power démontrent que seulement 46% des propriétaires sont avisés par leur conseiller technique du travail supplémentaire à effectuer lors de leur visite au département de service. De ce groupe, près de la moitié a autorisé le travail à accomplir. Une dépense moyenne de 527 \$ par bon, comparativement à 225 \$ pour ceux qui n'en ont pas été informés.

Cette moyenne, révélatrice de la performance du département de service, peut s'améliorer à force de formation et d'encouragement. Une autre donnée difficilement gérable, mais tout aussi essentielle, celle du TNT (temps non travaillé), est la cause de bien des maux de tête. Que d'énergie gaspillée à tenter de comprendre où ces heures payées ont bien pu se retrouver!

L'équipe d'Excellence Chrysler de Saint-Eustache ne cherche plus quant à elle: elle travaille maintenant avec **le Grabb**.

Ce logiciel utilise les données générées par leur système ADP Drive, puis les réorganise en ciblant les indicateurs clés de la performance. Par la suite, les informations essentielles sont transmises aux employés sous forme de tableaux, à partir d'un écran placé stratégiquement. Ainsi, ils sont en mesure de suivre leurs résultats et de s'ajuster en temps réel.

Et puisque personne n'aime se retrouver en bas de la liste avec une performance moindre, les membres de

l'équipe désireux de se retrouver en première position cherchent naturellement à s'améliorer.

Exit ces heures perdues à tenter de localiser le problème, quelque part enfoui sous une multitude de rapports. Le directeur des opérations fixes peut dorénavant consacrer son temps à éliminer les autres obstacles à l'efficacité de son équipe.

Le Grabb permet de comprendre comment ce temps a été utilisé. Couplé à une organisation axée sur l'action, il contribue à supprimer les irritants qui minent la rentabilité. De plus, parce qu'une approche collaborative lui est proposée, l'employé se sent davantage investi que surveillé, et fait ainsi partie de la solution. Puisque tous travaillent dans un but commun, le climat s'assainit, lui qui est fondé sur la communication et le partage de l'information plutôt que sur le contrôle. Un rêve devenu réalité pour ce concessionnaire d'avant-garde.

Pour en apprendre davantage sur ce produit et pousser plus loin votre réflexion sur votre département de service, ne manquez pas de lire notre dossier sur le sujet dans ce numéro de septembre.

Je profite de l'occasion pour vous laisser savoir qu'à partir de la prochaine édition, notre rédactrice en chef adjointe, Josée Hamelin, prendra les rênes d'*AutoJournal*. Entre ses mains compétentes, le magazine poursuivra sur sa lancée en vous tenant bien informés.

Bonne performance! 🌟



AILLEURS SUR LA PLANÈTE

DARTZ ÉDITION BLACK SNAKE

Un VUS russe pour le marché chinois

Malgré la récession économique qui fait rage là-bas, le marché russe est encore en mesure de produire des véhicules réservés aux mieux nantis. La marque Dartz est surtout reconnue pour ses VUS blindés au design cubique, offerts en plusieurs types de carrosserie.

Si la silhouette ne risque pas de remporter un prix de design — le véhicule n'a pas vraiment changé depuis son introduction au milieu des années 2000 — la plateforme sur lequel il est basé n'a rien à envier aux autres 4 x 4 du globe. En effet, le Dartz emprunte sa colonne vertébrale à Mercedes-Benz, plus précisément au GL 63 AMG.

Le véhicule reçoit donc le même V8 biturbo de 5,5 litres développant 557 chevaux et 560 lb-pi de couple. La boîte automatique de transmission à sept rapports demeure aussi au programme. Selon le constructeur, le 0-97 km/h ne prendrait que 4,9 secondes.

À l'extérieur, le véhicule se distingue par son revêtement en feuilles d'or qui imite la peau du serpent. Il est également possible de commander un ornement incrusté de diamants au bout du capot. Quant à l'habitacle, le consommateur a le choix parmi plusieurs essences de cuirs comme le serpent, le crocodile ou même la peau de pénis de baleine. Oui, vous avez bien lu! 🌟 *Vincent Aubé*



Dartz Édition Black Snake

PHOTO: DARTZ

SOMMAIRE

Vol. 19 n° 6 – Septembre 2015

NOUVELLES DE L'INDUSTRIE

En manchette	4
Vox pop	4
En bref	6
Actualité	7

AMVOQ

par Steeve De Marchi

Les logiciels

Outils d'aide à la décision ou armes de « distraction » massive ?	8
--------------------------------------------------------------------------	---

SUR LA ROUTE

Concours de beauté

Pebble Beach 2015	10
--------------------------	----

DOSSIER PIÈCES & SERVICE

Les meilleures pratiques

Fidélisation de la clientèle	12
-------------------------------------	----

Systèmes d'interprétation de données

Quand les problèmes se règlent avant d'apparaître	14
----------------------------------------------------------	----

VENTES

Déployer un vendeur au service

Quand l'acheteur entre par la porte de côté	16
----------------------------------------------------	----

GESTION DE LA RELATION CLIENT

par Yanick Jomphe

Vente privée et microciblage de clients

Facteurs clés de succès	18
--------------------------------	----

FINANCEMENT & ASSURANCE

Le crédit préapprouvé

L'avenir du financement automobile	19
-------------------------------------------	----

ANALYSE DES MARCHÉS

par Carlos Gomes

Marché haut de gamme

Les modèles luxueux gagnent du terrain au Canada	20
---------------------------------------------------------	----

MARCHÉ DE L'USAGÉ

par Josh Bailey

Valeur de revente

Certains gagnent, certains perdent	21
-------------------------------------------	----

AUTOJOURNAL VISITE...

HGrégoire Rimouski

La famille au coeur de l'entreprise	22
--------------------------------------------	----

AutoJournal

EST PUBLIÉ PAR ROUSSEAU COMMUNICATION AUTOMOBILE
455, rue Notre-Dame Est, bureau 311, Montréal, Québec H2Y 1C9

Éditrice Isabelle Courteau isabelle.courteau@autosphere.ca

RÉDACTION

Rédactrice en chef adjointe Josée Hamelin

Adjointe à la rédaction Joanie Péloquin-Dumoulin

Collaborateurs Jacques Arteau, Vincent Aubé, Lyne Boisvert, Charles DuBois, Jack Kazmierski, Krystyna Lagowski, Francis Lalonde et Stéphane Quesnel

Chroniqueurs Josh Bailey, Carlos Gomes, Steeve de Marchi et Yanick Jomphe

Traducteur et réviseur François Charron et Jean-François Bélisle

PRODUCTION

Coordonnatrice de production Nancy Fradette

Graphiste Raquel Munoz

AutoJournal est publié 9 fois par année et 4000 exemplaires sont distribués par abonnement à tous les marchands d'automobiles neuves et d'occasion du Québec, ainsi qu'aux entreprises avec lesquelles ils transigent (banques, agences de publicité, etc.). Toute reproduction est interdite sans l'autorisation écrite de Rousseau Communication Automobile.

Abonnement: Le prix toutes taxes incluses de l'abonnement est de 39,50 \$ pour un an (10 numéros). Le prix de l'exemplaire est de 3,95 \$.

Dépôt légal: Bibliothèque nationale du Québec et du Canada, 2012 ISSN 1206-7350

Nous joindre:

Tél.: 514 289-0888
Sans frais: 1 877 989-0888
Courriel: info@autosphere.ca

Président Jean-Luc Rousseau

ADMINISTRATION

Adjointe administrative Françoise Poynee

Responsable des abonnements Nancy Belleville

Commis-comptable Esther Twells

VENTES PUBLICITAIRES

Responsable marketing et projets Marie-Hélène Côté

Coordonnateur des ventes Maxime Fournier 514 289-0888 #243
maxime.fournier@autosphere.ca

Gestionnaires de comptes clés Leslie Campbell et Stéphanie Massé





L'ALBI Open 2015, un succès à la mesure du Géant

Denis Leclerc, président et directeur général du Groupe ALBI le Géant, tenait le premier ALBI Open au club de golf Le Mirage, à Terrebonne, le jeudi 6 août. Cette première expérience pourrait bien devenir un tournoi annuel couru, selon le principal intéressé, qui a déjà fixé au 20 septembre la date de l'ALBI Open 2016.

Représentants des médias, fournisseurs et nombreuses vedettes étaient de la partie. En tout, 144 joueurs ont parcouru le prestigieux parcours de 18 trous de Céline et René, et près de 200 personnes ont assisté au cocktail, puis au souper ponctué de généreux tirages. Tout était là pour faire de cet événement un franc succès, y compris le soleil et la bonne humeur! 🍷 **Stéphane Quesnel**



Denis Leclerc, président et directeur général, ALBI le Géant

PHOTO: STÉPHANE QUESNEL

Des concessionnaires s'allient pour la recherche infantile



Mario Totaro, vice-président, Saint-Laurent Hyundai Equus; Stéphane Bélanger, vice-président, Montmorency Ford Lincoln; Guy Caouette, vice-président, Finances, Boulevard Dodge Chrysler Jeep Ram; Jennifer Monahan, vice-présidente, Développement des affaires et directrice générale des ventes, Boulevard Dodge Chrysler Jeep Ram; Roger Desautels III, président du groupe de concessionnaires; Paul Ladouceur, vice-président, Boulevard Dodge Chrysler Jeep Ram.

Un regroupement de quatre concessions automobiles de la grande région de Montréal a remis 50 000 \$ à la Fondation de l'Hôpital de Montréal pour enfants.

C'est la quatrième année que Boulevard Dodge Chrysler Jeep Ram, Boulevard Fiat, Montmorency Ford Lincoln et Saint-Laurent Hyundai Equus amassent des fonds pour soutenir les recherches pédiatriques du Dr Sherif Emil.

Il y a quelques années, les fils de Jennifer Monahan — vice-présidente du développement des affaires et directrice des ventes chez Boulevard Dodge Chrysler Jeep Ram —, qui souffraient de reflux oesophagien, ont été soignés par le Dr Emil.

D'anciens patients ont témoigné de l'importance de soutenir la recherche. Jusqu'à maintenant, la contribution des quatre concessionnaires s'élève à 200 000 \$.

Lors de cette soirée familiale chic où plus de 200 personnes étaient rassemblées, un chèque de 5000 \$ a aussi été remis à la Fondation de l'Hôpital général de Montréal, en reconnaissance des bons soins reçus par la famille Monahan à l'hôpital Royal Victoria. 🍷 **Josée Hamelin**

PHOTO: JOSÉE HAMELIN

Belle et chaude journée Privilège pour la CCAM

C'est sous un chaud soleil que 740 personnes se sont rassemblées le 11 juillet à La Ronde pour la journée Privilège de la Corporation des Concessionnaires d'Automobiles de Montréal (CCAM).

Les employés de 70 concessions de la CCAM et leurs familles ont pu ainsi s'en donner à cœur joie toute la journée dans les manèges et les attractions. Dans son discours d'accueil, leur président, Dany Lemelin, les a tous remerciés pour leur bon travail durant l'année.

La première édition de cette journée familiale a eu lieu en 2013, lors du 100^e anniversaire de la Corporation. 🍷 **Lyne Boisvert**

Deux nouvelles enseignes à Sept-Îles

SEPT-ÎLES — Deux concessions automobiles de la Côte-Nord affichent de nouvelles enseignes, soit Olivier Ford et Olivier Nissan de Sept-Îles.

En achetant Ferro Ford, Jacques Olivier fils est devenu le premier investisseur de l'extérieur de la Côte-Nord à mettre la main sur une concession automobile. Quelques mois plus tard, il s'est également porté acquéreur de la concession Sept-Îles Nissan.

Jacques Olivier fils est propriétaire de Saint-Basile Hyundai et d'Olivier Ford de Saint-Hubert.

Sitôt l'acquisition conclue, des travaux estimés à 3 millions de dollars ont été enclenchés pour transformer les installations conformément à la nouvelle image de Ford.

Comptant déjà deux solides piliers en Carey



Carey Price, gardien de but des Canadiens de Montréal et porte-parole d'Olivier Ford de Saint-Hubert; Daniel Germain, président et fondateur du Club des petits déjeuners; Jacques Olivier fils, nouvellement propriétaire de deux concessions de la Côte-Nord.

Price et P.K. Subban comme porte-paroles dans la région de Montréal, Jacques Olivier fils a confié la direction générale des concessions de Sept-Îles à Raymond Pineault, un ami et partenaire de longue date qui retourne sur la Côte-Nord, où il a déjà occupé diverses fonctions. 🍷 **Jacques Arteau**

PHOTO: OLIVIER FORD

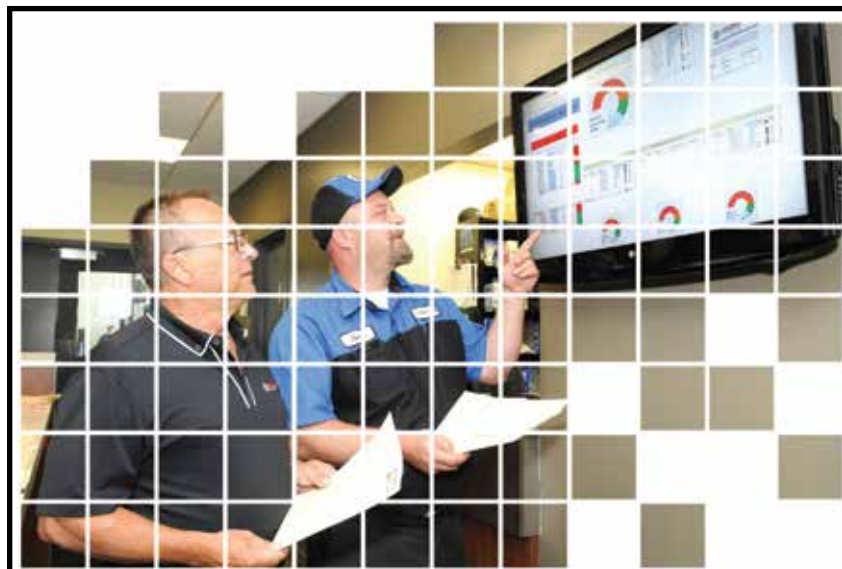
SORTEZ LE MEILLEUR DE VOTRE ÉQUIPE

Transformer vos données en information de gestion

L'efficacité passe par Grabb

www.grabb.biz

QUOTIENT
LEANMANAGEMENT



SYSTÈMES D'INTERPRÉTATION DE DONNÉES

Quand les problèmes se règlent avant d'apparaître

Pourquoi attendre qu'un problème affecte la rentabilité d'une concession avant d'agir ? De nos jours, certains logiciels sont si performants qu'ils détectent les pertes avant même qu'elles n'influencent les rendements.

Développé par Quotient Lean Management, une firme de consultants spécialisés en gestion de la performance, le logiciel Grabb est un outil de calcul du rendement qui fournit de nombreux indicateurs, tant au plan des marges de profit que sur celui de la main-d'œuvre et des pièces.

«La plupart des rapports nécessitent de nombreuses heures de travail, explique Minh Ho, vice-président technologie et conseiller stratégique associé chez Quotient Lean Management. Le Grabb – pour générateur de résultats automatisés selon les Best Business Practices – permet aux gestionnaires de déceler un problème, alors que tout semble bien fonctionner.»

ments, indique Jean-Luc Lavoie, directeur des opérations d'Excellence Chrysler à Saint-Eustache. **Auparavant, il me fallait des heures pour produire des rapports et les analyser alors qu'avec le Grabb, j'ai accès aux données en 30 secondes.»**

ligne que beaucoup d'employés sont visuels, et que le fait d'exposer leurs performances rend le processus plus transparent et plus motivant.

Depuis l'implantation du Grabb, **M. Lavoie évalue à 18% les gains réalisés dans l'ensemble de ses départements** et considère que les coûts initiaux sont

«Il n'est pas question de vendre un travail dont le client n'a pas besoin, assure-t-elle. Par contre, ce qui est choquant, c'est lorsque le client repart sans savoir que sa visite aurait pu être rentabilisée et qu'il ne s'est pas fait proposer, par exemple, les pneus dont il avait besoin et qu'il ira peut-être acheter ailleurs.»

L'outil permet notamment de savoir tout ce qui a été proposé au client, ce qui a été refusé, et quels conseillers techniques performant le mieux. «Si le concessionnaire se rend compte que l'un d'entre eux n'arrive jamais à vendre une réparation alors que ses collègues y parviennent, il a peut-être besoin de formation», suggère Mme Pagé.

Autrefois, le mécanicien qui détectait un problème devait aller au

« Une amélioration d'à peine 1 % des performances peut se traduire par des économies allant jusqu'à 100 000 \$. »

Minh Ho



Minh Ho
vice-président technologie
et conseiller stratégique
associé, Quotient Lean
Management



Jean-Luc Lavoie
directeur des opérations,
Excellence Chrysler



Mylène Pagé
directrice des ventes
Québec et Maritimes,
CDK Global

Une gestion serrée des dépenses

«L'implantation du Grabb permet une gestion plus serrée des dépenses, signale M. Ho, ce qui augmentera nécessairement les gains. Une amélioration d'à peine 1% des performances peut se traduire par des économies allant jusqu'à 100 000 \$.»

Compatible avec les données des différents systèmes d'exploitation, cet outil permet de cibler un mois, une semaine, une journée ou même une heure en particulier. «Lorsque les employés savent que les gestionnaires ont accès à leurs données de rendement, ils sont plus susceptibles de fournir des efforts constants», ajoute M. Ho.

Des économies de temps et d'argent

«En tant que gestionnaire, je dois constamment surveiller les performances des différents départe-

Il explique que si un mécanicien accomplit en 2h une tâche pour laquelle le bon de commande était de 2h, son efficacité sera de 100%. Toutefois s'il met plus de temps que ses collègues de même niveau pour l'effectuer, il y a lieu de se questionner. «Il se peut qu'une personne soit un peu plus lente une journée, note M. Lavoie. Toutefois, si ça perdure, elle devra s'ajuster.»

Un peu à l'exemple des feux de circulation, ses employés du département de service savent s'ils respectent les échéances, grâce à un écran de 32 pouces qui projette leur rendement en rouge, jaune ou vert. De son côté, le directeur des opérations possède le même écran, mais avec des valeurs monétaires. Il peut donc savoir en temps réel s'il gagne ou s'il perd de l'argent.

«On s'assure évidemment que les mécaniciens ne tournent pas les coins ronds pour améliorer leur performance», commente M. Lavoie. Il sou-

rentabilisés pour les 10 prochaines années. L'outil de gestion lui a permis de régler tous les petits problèmes qui peuvent survenir dans les opérations fixes. En somme, il a amélioré l'efficacité de la concession à tous les niveaux, en plus de cibler les problèmes de temps non travaillé afin de les régler.


Des conseillers techniques plus performants

Disponible au Québec depuis février 2015, l'outil Service Edge de CDK Global permet également d'améliorer les performances du département de service. Ce module aide les conseillers techniques à vendre plus de réparations qui n'étaient pas prévues au bon de travail.

«Certains conseillers se contentent d'effectuer les travaux initiaux, ce qui n'est pas très rentable pour les concessionnaires», observe Mylène Pagé, directrice des ventes de CDK Global pour le Québec et les Maritimes.

département des pièces pour voir si elles étaient disponibles et fournir leur prix au conseiller technique. Ce dernier devait ensuite appeler le client pour lui soumettre le prix global du travail et le faire approuver. Il se perdait beaucoup de temps.

Avec Service Edge, tout se fait de manière numérique grâce à des tablettes électroniques. Le mécanicien clique, le système lui indique si les pièces sont disponibles et le conseiller technique peut à son tour cocher pour lui dire si le travail a été accepté par le client. Si ce dernier refuse les travaux, le module permettra de faire un suivi optimal.

Le système de gestion de concession CDK Drive permet déjà d'obtenir des rapports des travaux refusés et des moyennes d'heures par bon de réparation. Toutefois, selon Mme Pagé, Service Edge amène l'expérience à un plus haut niveau, puisque toutes les étapes sont informatisées, donc mesurables.  **Josée Hamelin**