

GUIDE

Comment devenir une concession automobile pilotée par les données

Bonnes pratiques et principaux indicateurs clés de performance (ICP) pour mieux comprendre et optimiser le fonctionnement de l'entreprise

Juillet 2024



Table des matières

Passage à la vitesse supérieure.....

3

Les trois principales tendances de l'industrie

4

Comment les concessionnaires automobiles peuvent-ils naviguer avec succès à travers les tendances ?.....

6

Les meilleurs indicateurs clés de performance pour le service des ventes

8

Les meilleurs indicateurs clés de performance pour le service après-vente.....

11

Les meilleurs indicateurs clés de performance pour le service des finances

14

Des tableaux de bord efficaces pour les données automobiles.....

18

La solution tout-en-un de TARGIT pour les concessionnaires

22

Gain de temps, d'argent et de ressources

24

PERSPECTIVES DU SECTEUR

Passez à la vitesse supérieure

Au cours des dernières années, l'industrie automobile a connu d'importantes perturbations. Les achats de voitures neuves et d'occasion ont diminué et les opérations de la chaîne d'approvisionnement se sont arrêtées net au plus fort de la pandémie.

Les concessionnaires et les fabricants s'efforcent de se remettre de ces événements tumultueux. Ils doivent tenir compte des conséquences commerciales de la pandémie. Mais aussi des changements qui en résultent dans les préférences des consommateurs et les comportements sur le marché. Alors que le marché de l'automobile se redresse, de nouveaux défis et de nouvelles opportunités émergent. Les concessionnaires doivent désormais y faire face.

PERSPECTIVES DU SECTEUR

Les trois points principaux

TENDANCE #1

Les ventes de véhicules électriques (VE) créent de nouveaux risques et de nouvelles opportunités pour les concessionnaires

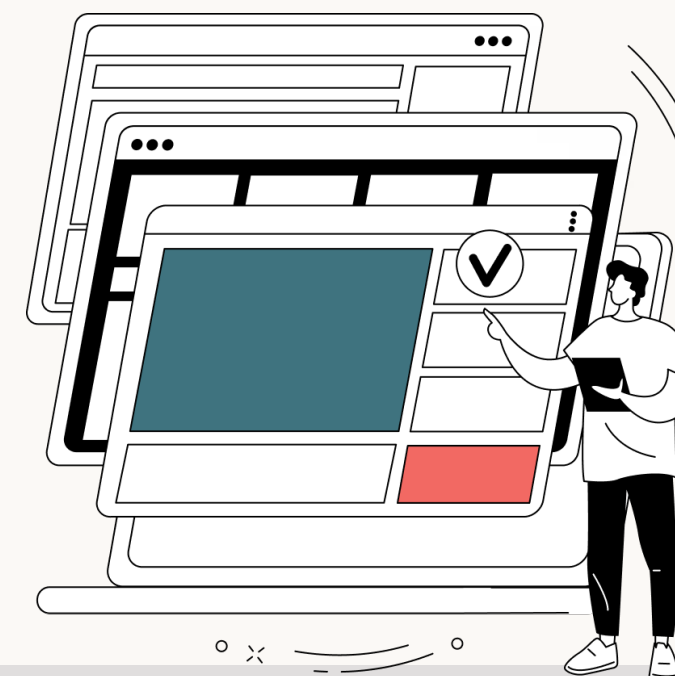
Le marché mondial des véhicules électriques (VE) devrait [atteindre 823,75 milliards de dollars d'ici 2030](#), avec un taux de croissance annuel composé (TCAC) de 18,2 % entre 2021 et 2030. Cette évolution présente des risques pour les concessionnaires qui dépendent des ventes de véhicules à moteur à combustion interne (MCI) et des recettes provenant de l'entretien courant de ces véhicules. Les VE nécessitent généralement moins d'entretien que la moyenne des véhicules à MCI. Pour conserver leur part de marché à mesure que les ventes de VE augmentent, les concessionnaires doivent intégrer l'adoption des VE dans leur stratégie.

TENDANCE #2

Les achats de voitures d'occasion augmentent

Alors que les immatriculations de voitures neuves ont régulièrement diminué en 2022, le marché mondial des voitures d'occasion devrait afficher un taux de croissance de 9,1 % dans du moins en partie, aux retards de la chaîne d'approvisionnement. Situation qui a affecté la

capacité des constructeurs automobiles à mettre efficacement de nouveaux stocks sur le marché pendant la pandémie. Même si la production reprend, de nombreux consommateurs se tourneront encore vers les voitures d'occasion pour bénéficier d'un plus grand nombre d'options et de prix plus bas.



TENDANCE #3

Les concessionnaires ont besoin de données en temps quasi-réel pour prendre des décisions éclairées

A l'aube d'une reprise postpandémique, l'efficacité et l'agilité sont primordiales pour les concessionnaires automobiles. Plutôt que de s'appuyer sur des expériences passées, ils ont besoin d'informations en temps quasi réel sur le marché, leurs clients et leurs activités. Les concessionnaires doivent savoir mesurer avec précision les indicateurs clés de performance (ICP) propres à leur secteur. Ensuite utiliser leurs résultats pour s'améliorer et tirer parti d'opportunités à forte valeur ajoutée.

DE MEILLEURES DÉCISIONS

Comment les concessionnaires automobiles peuvent-ils exploiter ces tendances?

De nombreux concessionnaires automobiles s'appuient sur des rapports manuels basés sur Excel pour extraire les données opérationnelles et mesurer les performances.

Des analyses fastidieuses et élaborées à partir de données obsolètes

Résultats ? Il est pratiquement impossible pour les concessionnaires de prendre des décisions éclairées ou de mettre en œuvre des changements en temps réel. Retards coûteux ou faux pas stratégiques en bout de course.

L'analyse quotidienne de données provenant de sources multiples est la clé d'une meilleure prise de décision. Une stratégie d'analyse commerciale globale doit concerner tous les services d'une organisation. Les informations qu'elle fournit permettent aux concessionnaires automobiles de :

- ✓ Rationaliser les processus
- ✓ Améliorer la visibilité des données
- ✓ Augmenter la rentabilité et l'efficacité
- ✓ Utiliser les données pour éclairer les décisions

Les décisions fondées sur les données offrent transparence, flexibilité et liberté par rapport à la complexité des opérations des concessionnaires. De plus, elles aident les concessionnaires à améliorer l'expérience client de manière significative en s'appuyant sur des informations fiables et opportunes.

La collecte et l'analyse de données aident les concessionnaires automobiles à relever leurs défis quotidiens les plus importants. Notamment l'équilibre des portefeuilles d'actifs et des flux de trésorerie, en gérant les coûts à travers plusieurs sites, en améliorant le service à la clientèle et en gérant le cycle de vie des ventes.

« Une entreprise moderne ne peut pas fonctionner sur la base d'une stratégie qui consiste à dire 'C'est comme ça qu'on a toujours fait' »

L'astuce pour exploiter le flux croissant de données consiste à savoir quels sont les indicateurs à surveiller de plus près. Pour vous aider, nous avons dressé une liste des principaux indicateurs clés de performance pour chaque service d'une concession automobile.

L'importance de ces ICP varie d'une entreprise à l'autre - et même au fil du temps au sein d'une même entreprise. Néanmoins, cette liste présente les meilleurs exemples que nous avons vus au cours de notre expérience avec les concessionnaires automobiles.



Les meilleurs indicateurs clés de performance pour le service des ventes

01

Ventes totales

Le suivi du nombre total d'unités vendues est essentiel pour mesurer les performances de votre concession. En particulier si vous gérez plusieurs sites dans plusieurs zones géographiques. Vos rapports principaux doivent permettre de suivre le volume total des ventes sur une période donnée (une semaine ou un mois par exemple). Toutefois, vous pouvez également effectuer des analyses plus détaillées afin de mesurer le volume des ventes par site, fabricant, modèle de tarification, représentant commercial, etc.

En plus de suivre les chiffres de vente totaux de votre concession, vous devez mesurer comment les performances de vente réelles sont liées aux quotas prédéfinis et aux objectifs de revenus correspondants. Vous pouvez utiliser des données approfondies pour suivre les progrès accomplis dans la réalisation de ces objectifs et identifier les domaines dans lesquels votre service des ventes est plus ou moins performant.



02

Marge brute des ventes : Revenu global / Coût total

La marge brute des ventes mesure le bénéfice réel que votre concessionnaire tire de chaque véhicule qu'il vend après avoir pris en compte toutes les dépenses. Avant et après la vente. Elle est calculée en divisant le Revenu global généré par le véhicule par le Coût total du véhicule pour votre concession.

Cet indicateur vous permet de comparer le montant payé par votre concession pour chaque unité au revenu généré par cette unité. Vos coûts totaux doivent tenir compte des dépenses telles que les coûts d'achat et de préparation, ainsi que des recettes supplémentaires telles que les primes ou les remises accordées par les importateurs et les programmes d'incitation des fabricants.

03

Taux de réussite : Nouvelles opportunités / Affaires conclues

Le taux de réussite mesure l'efficacité des ventes en comparant le nombre d'affaires réellement conclues par votre concession au nombre de nouvelles opportunités au cours d'une période donnée. Cet ICP permet au management de mesurer le succès de leurs commerciaux au-delà des mesures standard du volume des ventes.

Ces rapports doivent inclure des informations sur les types d'opportunités les plus souvent gagnées et perdues. Par exemple, des rapports détaillés peuvent montrer aux responsables des ventes si les représentants sont plus enclins à conclure des affaires par le biais de rendez-vous ou de visites, ou s'ils sont plus enclins à reconquérir des clients hésitants par e-mail ou par téléphone.

04

Délai de rotation des stocks

Les préférences des clients et les évaluations du marché peuvent changer en un instant. Les stocks qui restent trop longtemps sur le terrain peuvent se transformer en capital dormant en l'espace de quelques semaines. Les concessionnaires doivent suivre le délai de rotation des stocks afin de mesurer la durée moyenne pendant laquelle leurs stocks restent sur le terrain avant d'être vendus aux clients. Les rapports sur l'ancienneté des stocks doivent présenter aux directeurs des ventes un délai moyen de rotation des stocks, ainsi que l'âge de tous les stocks présents sur chaque site.

En outre, ils peuvent fournir des détails sur l'état des stocks, tels que des tableaux indiquant les stocks payés et non payés ou un récapitulatif des unités qui sont sur le terrain depuis le plus longtemps. Il est également utile que ces rapports incluent une mise à jour de la disponibilité des modèles dans les différentes concessions. Les commerciaux pourront vendre des unités dans un autre site plutôt que de commander inutilement des stocks supplémentaires.

« En disposant des bonnes informations, vous êtes en mesure d'éliminer les processus problématiques et de les remplacer par des processus plus fiables. »



Les meilleurs indicateurs clés de performance pour le service après-vente



01

Efficacité des ordres de service : Heures enregistrées et Heures facturées

L'efficacité est essentielle dans le service après-vente de votre concession. En particulier lorsqu'il s'agit d'accomplir les ordres de service des clients. L'efficacité des ordres de service mesure la productivité quotidienne de l'équipe de service. Elle est calculée en divisant le temps total enregistré pour les ordres de service par le temps réel facturé par votre personnel. La facturation est répartie entre la facturation externe, la garantie et la facturation interne. Le pointage peut être attribué au prorata lorsque plusieurs techniciens travaillent ensemble sur le même ordre.

Votre concession doit générer et examiner ces chiffres quotidiennement afin de suivre l'utilisation facturable au sein de l'équipe. Si ces chiffres sont extrêmement précieux à court terme, ils permettent également aux responsables d'analyser les tendances de la productivité du personnel au fil du temps. Et donc de prendre des décisions éclairées en matière de recrutement, d'amélioration des processus et de plans d'amélioration des performances pour chaque collaborateur.

02

Retards de facturation

Les ordres de réparation ouverts sont des ordres en cours de traitement, en attente de paiement ou des ordres pour lesquels le service est terminé mais dont la facture n'a pas encore été créée. Le travail n'est peut-être pas encore terminé parce que vous attendez qu'une pièce soit livrée ou qu'un technicien soit disponible. Dans les cas où le travail a déjà été effectué, les ordres de réparation en cours sont généralement le résultat d'une surcharge de travail de vos réceptionnistes, d'une garantie en cours ou d'une réclamation d'assurance. Dans tous ces cas, les retards dans la clôture des ordres entraînent des retards importants dans la facturation, ce qui crée des problèmes critiques de trésorerie et de revenus pour votre concession.

Si un certain nombre d'ordres en cours sont inévitables, il est néanmoins essentiel de suivre les retards de facturation. Et de chercher à minimiser le nombre d'ordres en attente dans votre service après-vente.



03

Taux d'occupation des véhicules de location : Revenu locatif annualisé / Coût total d'acquisition

Le taux d'occupation (également appelé taux d'utilisation) mesure le revenu généré par chaque véhicule de location dans votre concession. Pour le calculer, divisez votre revenu de location annualisé par le coût total d'acquisition et d'entretien des voitures de location dont vous disposez. Gardez à l'esprit que les variations potentiellement importantes des coûts d'acquisition entre les véhicules neufs et les véhicules d'occasion affecteront fortement votre taux d'occupation.

L'analyse comparative de votre taux d'occupation permet de s'assurer que vos véhicules de location et de prêt sont remboursés. Et que les taux d'occupation sont suffisamment élevés pour que ces véhicules soient rentables et ne génèrent pas de dépenses supplémentaires. Ce chiffre peut également vous aider à appliquer les procédures et politiques correctes pour la facturation des véhicules de prêt et de location.

04

Total des coûts internes directs

Votre concession doit contrôler tous les coûts internes associés au service après-vente. Y compris les garanties sur les véhicules d'occasion vendus, les interventions commerciales, les réparations répétées, les heures facturables perdues en raison d'un travail incorrect, les vols et toutes les autres dépenses liées aux ordres de service.

Ces coûts ont un impact direct sur vos résultats, mais ils sont également liés à l'efficacité et à la précision globales de vos techniciens. La meilleure façon de réguler et de réduire les coûts internes d'après-vente est de les suivre de près au quotidien et de rattacher chaque dépense à sa source. Vous pouvez utiliser les résultats de ces rapports afin d'identifier les possibilités de réduction des coûts liés à l'achèvement du service, à l'entretien et aux réparations en cours sur les véhicules des clients... et à la création d'une garantie pour les voitures que vous pouvez acheter.

Les meilleurs indicateurs clés de performance pour le service des finances



01

Ancienneté des comptes débiteurs

Cet indicateur concerne les comptes dont les délais de paiement sont les plus longs. En générant des rapports qui suivent régulièrement cet ICP, vous pouvez raccourcir les cycles de paiement et suivre l'évolution du comportement de paiement des clients au fil du temps. Le fait de limiter le nombre de comptes créditeurs de votre concession permet d'assurer la croissance continue de votre entreprise.

Il est essentiel de disposer d'une solution de facturation fiable pour garantir le paiement des factures en temps voulu. Le processus de paiement doit être simple et toutes les formes de paiement doivent être acceptées. Recherchez des portails en ligne conviviaux qui offrent des options de paiement instantané à vos clients.

Il existe d'autres moyens d'éviter un excédent de comptes débiteurs :

- Instaurer des frais de retard de paiement
- Définir des conditions de financement strictes
- Offrir des réductions pour les paiements anticipés
- Annuler les créances irrécouvrables

02

Ancienneté des comptes créditeurs



Votre concession doit suivre l'ancienneté des factures créditeurs, autrement dit les factures ouvertes de la concession auprès des fournisseurs ou d'autres prestataires de services externes. Le suivi des factures créditeurs en cours et de leur ancienneté est essentiel pour gérer les dettes et identifier les économies potentielles dans les relations avec les fournisseurs.

Les rapports sur l'ancienneté des fournisseurs sont d'une valeur inestimable pour les prévisions financières et la planification des flux de trésorerie. Ils peuvent être utilisés pour aider les équipes financières à déterminer quelles factures peuvent être payées à court terme et celles qui doivent être mises en attente. Votre concession peut également utiliser les résultats de ces rapports pour obtenir des remises ou des conditions de crédit étendues avec les fournisseurs qu'elle paie fréquemment avant la date d'échéance.

03

Flux de trésorerie résultant des comptes ouverts

Outre le suivi des comptes créditeurs et des comptes débiteurs, les concessionnaires automobiles doivent régulièrement contrôler le flux de trésorerie résultant de toutes les activités de paiement afin de s'assurer que les paiements entrants et sortants se traduisent par un flux de trésorerie positif.

Pour calculer le flux de trésorerie, il faut mesurer la différence entre les rentrées de fonds provenant des paiements des clients et les sorties de fonds provenant des dépenses d'exploitation et des paiements des fournisseurs.

04

Profit et perte depuis le début de l'année

Votre service des ventes mesure le revenu brut et les marges spécifiques liées aux revenus entrants. Votre service financier doit générer des comparaisons depuis le début de l'année des revenus, des coûts et des éliminations des comptes et opérations réciproques. L'objectif est de calculer les profits et pertes de votre concession pour l'année.

Vos résultats doivent rendre compte de tous les revenus générés et de toutes les dépenses encourues au cours de l'année. Les chefs d'entreprise obtiennent alors une image claire des performances financières et de la rentabilité de la concession.



*« Ce matin, j'ai constaté que j'avais une faible marge sur certaines pièces. J'ai commencé à décortiquer les chiffres concernant les pièces, les départements, les vendeurs...
J'ai identifié le problème en une fraction de seconde.
C'est incroyable. »*

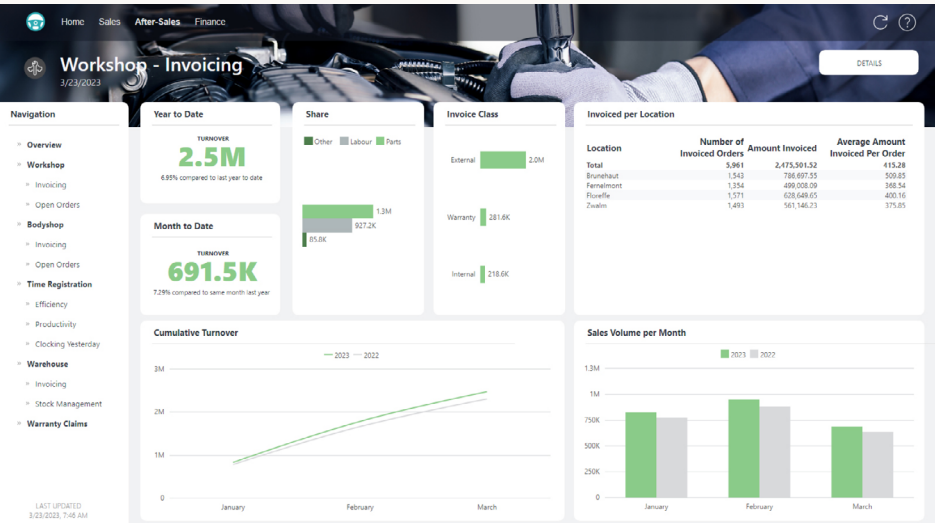
- MANU NOLMANS
RESPONS ABLE DU SERVICE APRÈS-VENTE
GROUPE MAURIN, GMS GROUP



EXEMPLES D'ANALYSE

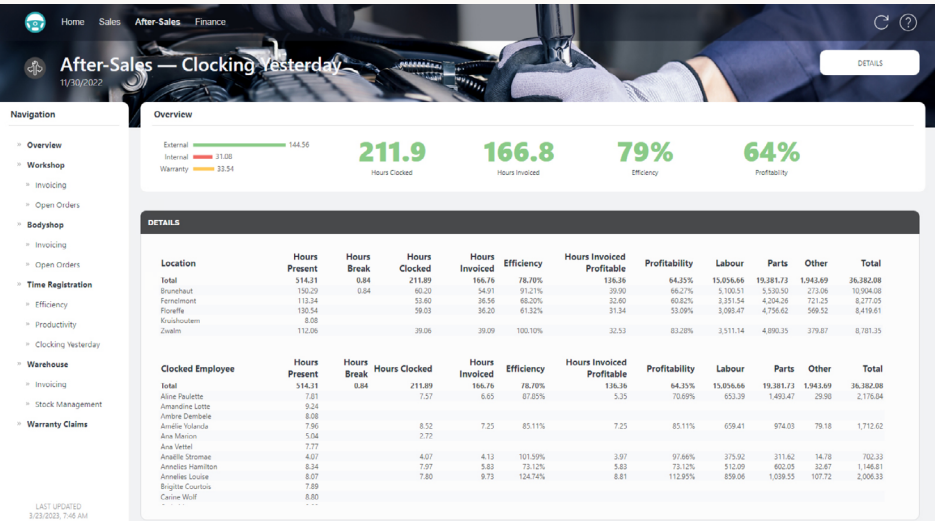
Des tableaux de bord efficaces pour les données automobiles

Toutes les données dont vous avez besoin dans des tableaux de bord faciles à comprendre.



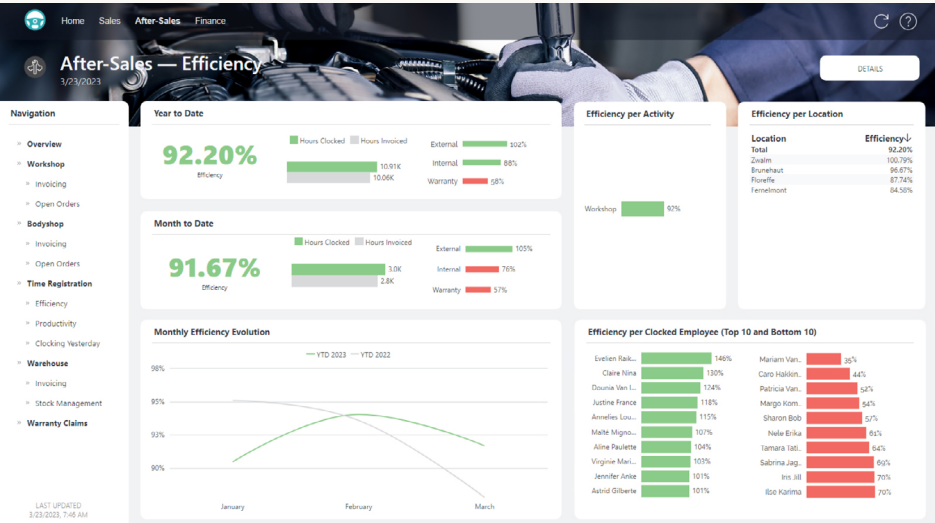
ORDRES EN COURS AVEC ANCIENNETÉ

Suivez les ordres de réparation en cours et voyez exactement depuis combien de temps chacun d'eux est en attente. Évaluez l'impact des différents délais d'ordre et de facturation sur votre trésorerie globale.



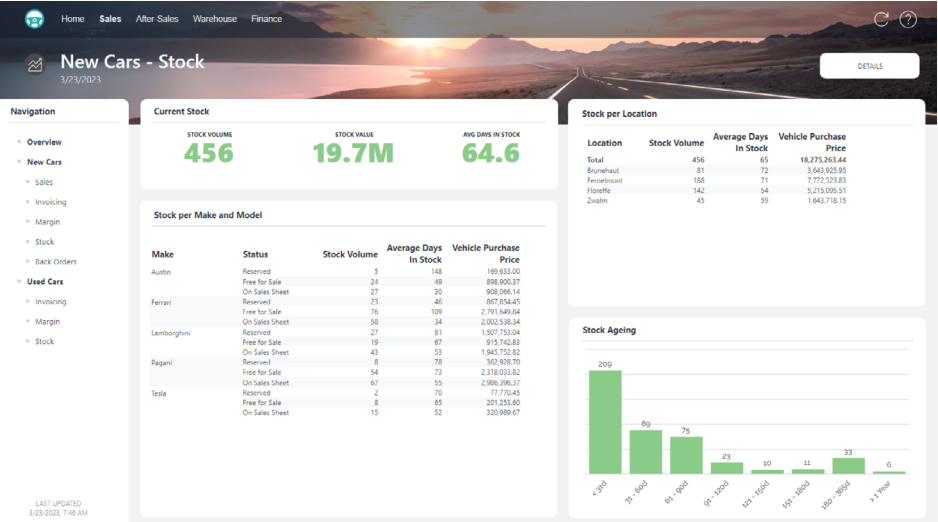
CHRONOMÉTRAGE DE LA VEILLE

Obtenez un aperçu des heures effectuées par vos techniciens le jour précédent. Il s'agit de s'assurer que les techniciens atteignent leur pleine productivité, que les réceptionnistes facturent correctement et que votre service après-vente est doté d'un personnel suffisant pour répondre à la demande.



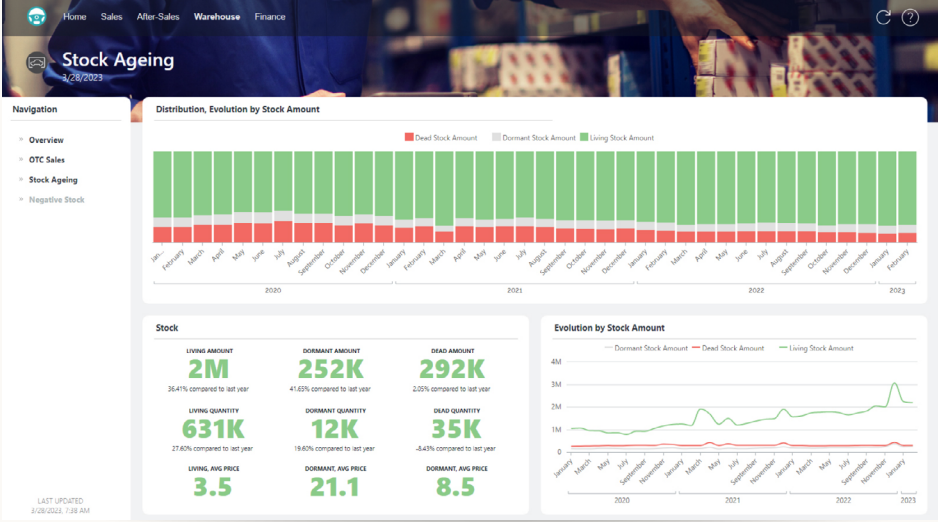
EFFICACITÉ DE LA FACTURATION

Mesurez la productivité de l'équipe de service en comparant les heures facturées aux heures facturables. Évaluer l'efficacité par type de facture, que les commandes soient liées à des factures internes, externes ou basées sur la garantie



STOCK

Débloquez un aperçu instantané de l'état des stocks par marque et modèle de véhicule. Voyez exactement combien d'unités sont disponibles, leur statut actuel, leur valeur comptable et leur prix de vente.



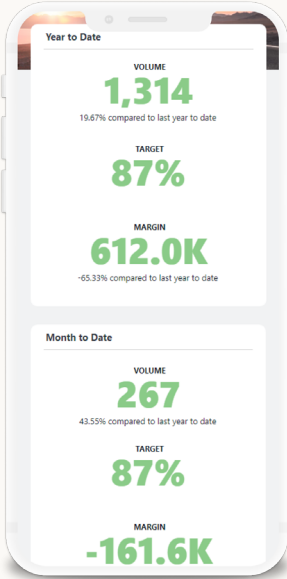
STOCK DES PIÈCES DÉTACHÉES

Donnez à votre service après-vente un aperçu complet des performances de chaque pièce. Mesurez la rotation des stocks au fil du temps ainsi que le solde final de ce qui est en stock.



CRÉANCES PAR CLIENT

Analysez rapidement vos clients en fonction du solde actuel de leurs créances et voyez quel vendeur est responsable de ce client particulier. Cette analyse est un excellent outil pour examiner le solde actuel de chaque client et déterminer si un crédit supplémentaire est disponible.

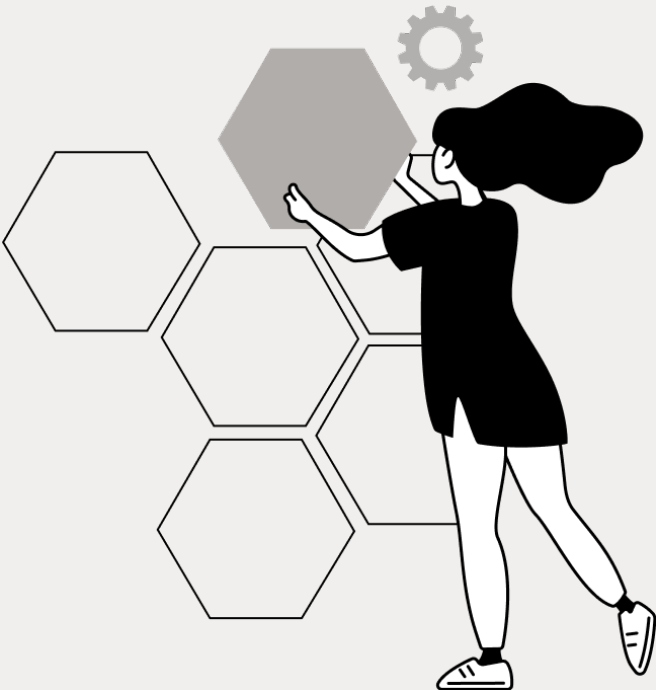


APERÇU MOBILE

Accédez à des rapports et des tableaux de bord puissants depuis votre smartphone. Utilisez les fonctions mobiles de TARGIT pour analyser les données à tout moment, n'importe où, depuis n'importe quel appareil.

La solution tout-en-un de TARGIT pour les concessionnaires

La plateforme de veille stratégique de TARGIT comprend des tableaux de bord et des rapports prédéfinis par département. Elle prend en charge les systèmes de gestion des concessionnaires (DMS) les plus courants dans le secteur automobile. Notre fonctionnalité out-of-the-box prend en charge les intégrations avec de nombreuses plateformes et systèmes que les concessionnaires utilisent pour gérer les opérations tels que :



Gain de temps, d'argent et de ressources

Avec TARGIT, votre concession est opérationnelle en quelques jours. Tout en soutenant vos utilisateurs finaux avec des rapports et des tableaux de bord pertinents et prêts à l'emploi. Prêt pour une prise de décision éclairée?

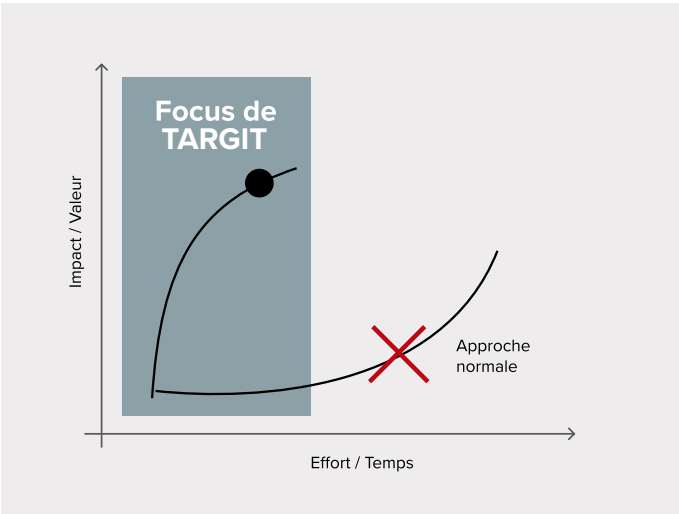


Fig. 1 TARGIT se concentre sur les moteurs de valeur du secteur

Adoption d'une solution de veille stratégique préconfigurée

Déployez une solution de création de rapports et de tableaux de bord spécialement conçue pour votre concession. L'accélérateur automobile de TARGIT comprend tout ce dont vous avez besoin pour gérer vos opérations et extraire de la valeur de vos données dès le départ, y compris des tableaux de bord et des rapports prédéfinis par service et une intégration transparente avec votre DMS.

Accélération de la création de valeur

Obtenez un retour sur investissement immédiat. Notre solution spécialisée pour le secteur automobile vous permet d'être opérationnel en quelques jours tout en garantissant que votre nouvelle solution soutiendra votre entreprise et ses utilisateurs finaux avec des rapports pertinents et une interface intuitive.

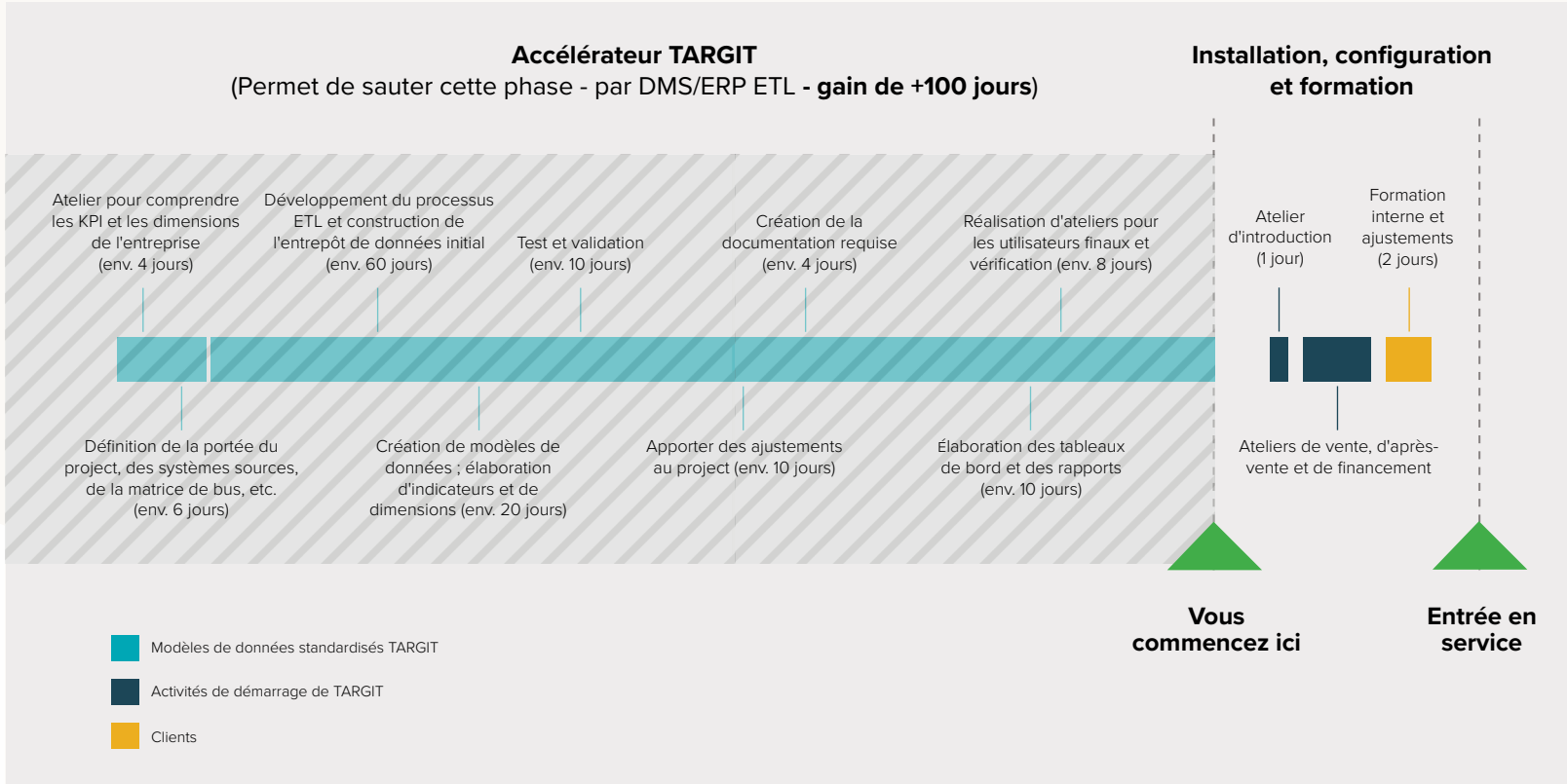


Fig. 2 Calendrier de mise en œuvre - Comment le moteur de valeur automobile de TARGIT vous aide à gagner du temps, de l'argent et des ressources.

« Grâce aux **rapports prédéfinis**, on voit clairement à quel point TARGIT comprend bien les concessionnaires automobiles.. »

- ANTHONY DELCOR
RESPONSABLE APRÈS-VENTE DU GROUPE

D'leteren
Mobility
Company

MEILLEURES DÉCISIONS

Prêt à voir ce que notre solution d'analyse commerciale pour concessionnaires automobiles peut faire pour vous ?

Suivez les indicateurs clés de performance et découvrez les opportunités de croissance cachées grâce à notre solution de veille stratégique conçue pour les concessionnaires automobiles. Notre solution tout-en-un offre de puissantes capacités de veille stratégique et d'analyse dans une plateforme que votre concession met en œuvre en quelques jours, et non en quelques semaines.

- Infrastructure de veille stratégique backend complète conçue spécifiquement pour les concessionnaires automobiles
- Connectivité directe avec les systèmes de gestion des concessionnaires (DMS) et toutes les autres sources de données
- Rapports automatisés et capacités de partage des données
- Tableaux de bord interactifs et détaillés pour les ventes, le service après-vente, le stock, les finances, etc.

Obtenez une image complète des revenus, des évolutions, des éléments de coût et bien plus encore en un clic avec des tableaux de bord pour les ventes, le stock, le service après-vente, les finances, l'ancienneté des clients, etc.

DEMANDEZ UNE DÉMO DÈS AUJOURD'HUI

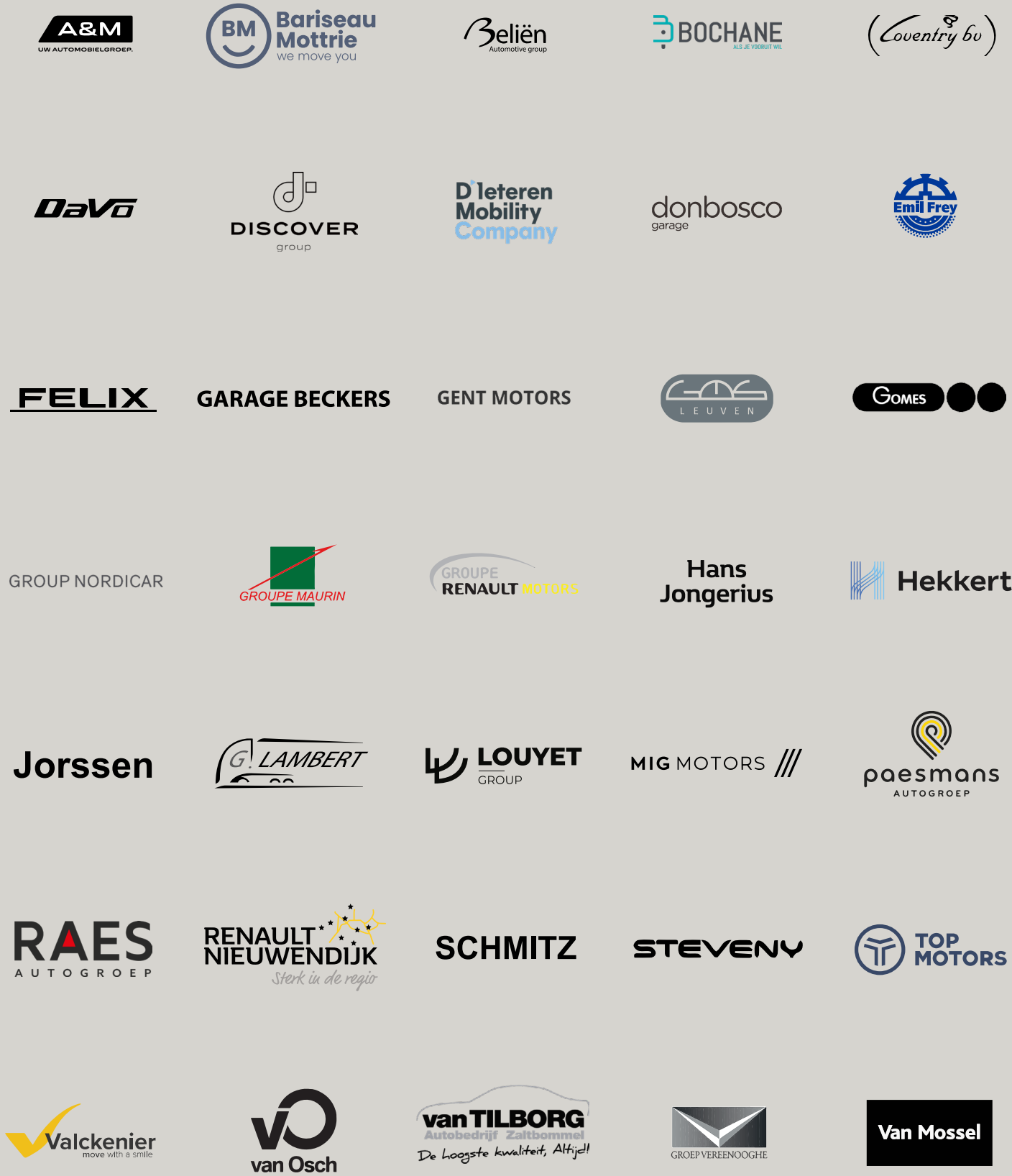
« Une meilleure connaissance de votre entreprise, de vos clients et de votre potentiel: plus facile que vous ne le pensez »

Dans le marché actuel qui évolue rapidement, il est facile de laisser les vieilles habitudes entraver le progrès.

Le paysage numérique incite les concessionnaires à adopter une approche plus stratégique des données, ce qui leur permet de mieux connaître leur secteur, leurs clients et leurs performances.

Ne vous laissez pas distancer par la peur des nouvelles technologies ou des nouveaux processus. Trouvez une solution de veille stratégique et d'analyse qui offre un flux d'informations facile et transparent. Sans que votre service informatique n'ait à vous tenir par la main.

DES CLIENTS SATISFAITS :



TARGIT | AUTOMOTIVE

Chez TARGIT, nous aidons nos clients à prendre des décisions fondées sur des données en leur fournissant des solutions qui soutiennent leurs objectifs uniques et les processus qui alimentent leurs opérations quotidiennes.

Experts à la fois de la veille stratégique et de l'industrie automobile, nos équipes connaissent votre métier et parlent votre langue.

Notre solution s'intègre parfaitement à vos opérations et s'adapte continuellement à vos besoins, permettant à tous les employés de votre concession de prendre des décisions éclairées qui font progresser votre entreprise

DEMANDEZ VOTRE DÉMO DÈS AUJOURD'HUI

CONTACTEZ-NOUS
+32 (15) 650 355 • info@targit.com • www.targit.com