



Xavier Brun, NSA Garantie.

Plus d'informations sur : nsagarantie.ch

Xavier Brun, General Manager de NSA Garantie :

1. Nous mettons un point d'honneur à soutenir activement les garagistes dans tous les domaines liés à la garantie. Nous leur fournissons tous les supports nécessaires, tels que des dépliants, des brochures et des polices types. Les collaborateurs de notre service externe discutent régulièrement sur place avec nos partenaires et garagistes de longue date et organisent des formations. Nous restons ainsi au plus près du terrain, ce qui nous a permis de nous adapter au marché en constante évolution depuis 20 ans. Nous estimons que nous devons impérativement dialoguer avec toutes les parties prenantes pour prendre en charge au mieux le client même après l'achat de son véhicule. En cas de sinistre, nous accompagnons le client jusqu'à ce que les travaux sur son véhicule soient terminés et nous impliquons le garagiste dans l'opération. Nous créons la confiance grâce à une communication transparente et nous favorisons ainsi la fidélisation de la clientèle.

2. À l'avenir, le garagiste continuera de jouer un rôle central de maillon entre l'assureur et le client. En tant qu'assurance, nous prenons le risque que l'une des pièces assurées tombe en panne pendant la période de garantie. Il est donc dans notre intérêt que le véhicule soit dans un état irréprochable lorsque la garantie commence à courir. Le garagiste est en mesure de nous l'assurer grâce à ses compétences. Cette collaboration basée sur la confiance nous permet de garantir la meilleure sécurité possible au client.



Generoso Braem, Quality1.

Plus d'informations sur : quality1.ch

Generoso Braem, Chief Sales & Marketing Officer de Quality1 :

1. Quality1 est à la fois une garantie automobile et un label de qualité. Grâce à nos activités de marketing, nous jouissons d'une excellente notoriété dans le B2C et le B2B et nos garages partenaires en profitent. Les garagistes sont au cœur de toutes nos activités de marketing. Nous mettons à leur disposition divers supports de point de vente tels que des dépliants, des plaques minéralogiques ou des autocollants pour parebrises. Les collaborateurs de notre service externe parlent la langue du garagiste et l'assistent de multiples manières en cas de questions ou de problème concernant le produit et/ou la gestion, mais aussi les formations, etc. En cas de sinistre, nous renvoyons systématiquement le propriétaire de la voiture chez le garagiste.

2. Les clients finaux nous envoient de nombreuses demandes du fait de notre notoriété. Ils peuvent souscrire numériquement une garantie automobile sur notre site Internet. Nous cherchons à envoyer le propriétaire de la voiture chez notre client professionnel, le garagiste, en cas de sinistre. Notre stratégie repose sur lui. Nous voulons qu'il soit présent en permanence dans la relation avec le client final. Il est indéniable que la numérisation prend de plus en plus d'importance dans notre branche. C'est pourquoi nous développons continuellement notre portail numérique. Grâce à lui, nous tentons de simplifier les procédures, de minimiser la charge de travail du garagiste dans le traitement des sinistres et donc d'accélérer encore plus leur validation.



Martin Maurer, WMS.

Plus d'informations sur : wmsag.ch

Martin Maurer, directeur des ventes de WMS AG (Real Garant) :

1. Real Garant aide les garagistes à réaliser des mailings directs aussi bien numériques que postaux. Pour promouvoir les ventes, nous proposons en outre tous les imprimés requis concernant les produits de garantie, conformément à l'identité visuelle du garagiste. Nous fournissons au garagiste un argumentaire lui indiquant, à lui ou à son conseiller de vente, comment tirer parti de la garantie comme élément de fidélisation de la clientèle, et comportant une stratégie de vente claire en vue de convaincre l'acheteur du véhicule de l'utilité d'une assurance garantie.

2. La numérisation favorise un contact direct et rapide avec le client final. Nous estimons toutefois qu'il n'est pas approprié que l'assureur communique directement avec le client final. Nous pensons qu'il revient aussi au garagiste de prendre en charge le client final sur les questions de garantie, de la souscription à la gestion des sinistres. Il convient par ailleurs de respecter la protection des données, un aspect auquel Real Garant attache beaucoup d'importance. Dans notre modèle contractuel, le garagiste est au cœur des mesures de communication vis-à-vis de ses clients. Nous l'y aidons. Il s'agit de faire revenir le client final au garage avant l'expiration de la garantie. <

comparable et qui est donc de plus en plus âprement disputée. Dans la numérisation, il faut justement veiller à ce que la relation avec le client ne passe pas à la trappe lorsque de nombreuses opérations sont automatisées. CarGarantie mise là aussi sur la prise en charge personnelle de ses concessionnaires partenaires. Un soutien marketing ciblé est toutefois avantageux pour se démarquer d'autres offres. Il faut se montrer sélectif et aborder son groupe cible.

Que conseillez-vous aux garagistes pour améliorer la fidélité des clients et comment les y aidez-vous ?

Il s'agit au fond de favoriser le lien avec le client à long terme et de le maintenir jusqu'au prochain achat d'une voiture. C'est justement cette approche que nous suivons dans nos différents programmes de contact avec la clientèle. Nos programmes de prolongation de garantie permettent notamment de fidéliser les clients sur de nombreuses années.

Pendant la crise du coronavirus, le commerce de voitures neuves s'est massivement effondré tandis que la demande d'occasions est restée ferme. Quel a été l'impact de cette année sur les chiffres commerciaux de CarGarantie ?

Nous sommes étroitement liés aux concessionnaires et nous avons bien sûr nous aussi souffert de la situation actuelle. Les problèmes affectant les voitures neuves ont néanmoins conduit à un déplacement de la demande en faveur des occasions, ce qui nous a permis de compenser quelque peu nos pertes. Je note en particulier que les taux de souscription des prolongations de garantie ont augmenté. Nous constatons que les consommateurs finaux veulent plus de sécurité qu'avant la pandémie comme le prouve leur propension accrue à souscrire une garantie couvrant les frais de réparation. Par conséquent, les concessionnaires devraient proposer la garantie à l'heure actuelle. <

Plus d'informations sur : cargarantie.ch 

1. Comment votre entreprise aide-t-elle le garagiste à communiquer avec le client final ?

2. En tant que prestataire de garantie, la numérisation vous permet davantage de contacter directement le client final. Comment veillez-vous à ce que le garagiste puisse conserver son rôle d'intermédiaire à l'avenir ?



Dan Friedman, Suissefox.

Dan Friedman, chef des ventes de Suissefox SA :

1. Nous aimons l'innovation, la simplicité et la flexibilité. Nous cherchons à faire ressortir l'essentiel et le communiquer de manière intelligible. Nos garages partenaires peuvent participer à des formations régulières et contacter notre ligne de service en cas de questions. Ils se constituent ainsi un avantage économique et ils offrent à leurs clients des connaissances de première main et une qualité de contact qui se rarefie.

2. Nous cherchons de manière ciblée des garages partenaires tournés vers la qualité et que nous pouvons aider, en tant que partenaire de service fiable, à conquérir des clients et à les fidéliser à l'arrière-plan. Nous offrons la sécurité financière et nos garages partenaires délivrent le savoir-faire artisanal dans un pack tout-en-un pour les clients finaux. En tant que prestataire de garantie, nous ne sommes délibérément en contact qu'avec les garages et nous attachons beaucoup d'importance à une approche mutuelle basée sur l'estime et le respect. Telle est notre manière d'aborder l'assurance qualité.

Plus d'informations sur : suissefox.ch 



Matthias Ehinger, Multipart.

Matthias Ehinger, Country Manager de Multipart :

1. Nous assistons le concessionnaire avec notre portail en ligne sur lequel il a accès à toutes ses garanties et où il peut sélectionner ses clients et les aborder de manière ciblée. Au terme de la période de garantie, il peut alors informer les clients que la garantie prend fin et lui faire des offres correspondantes. Si le propriétaire d'une occasion nous contacte, nous lui recommandons un point de service Multipart près de chez lui. Nous envoyons ainsi à ce dernier un nouveau client auquel il peut vendre une garantie et qu'il peut conserver en tant que client de service.

2. Multipart ne vend pas directement client final et n'est pas en communication directe avec lui, mais exclusivement avec le concessionnaire vendeur, sauf lorsque le client s'adresse lui-même à nous en cas de sinistre. Comme le concessionnaire décide du pack de garantie qu'il vend, il trouve également avantageux de vendre la garantie Multipart. A contrario, c'est le concessionnaire qui est en général contacté en premier en cas de sinistre. Il peut alors réaliser lui-même la réparation et entre à nouveau en contact avec le client final.

Plus d'informations sur : multipart-garantie.ch 

Suite en page 38