



En route avec le service externe de Quality1

La poignée de main reste irremplaçable

Malgré la numérisation, certaines entreprises mettent l'accent sur le contact personnel. Notamment le leader du marché des garanties, Quality1. Mais pourquoi ? Nous accompagnons Patrick Berger, agent de terrain chez Quality1, au garage Di Prisco à Kölliken (AG) pour le découvrir. **Timothy Pfannkuchen**

Poignée de main entre partenaires commerciaux : Eros Di Prisco (à g.), du Garage Di Prisco à Kölliken AG, accueille Patrick Berger, Field Manager chez Quality1 AG, pour une visite chez un client. Photos : médias de l'UPSA

Lorsqu'on prend rendez-vous avec Patrick Berger, on sent déjà au téléphone qu'on a affaire à un homme qui vit et aime son métier. P. Berger est l'un des huit agents de terrain de Quality1 AG. Il est responsable des cantons d'Argovie, des deux Bâle, d'une grande partie du canton de Soleure et d'une petite partie de celui de Zurich. Ouvert, toujours une blague aux lèvres, l'agenda dans la tête plutôt que seulement dans le téléphone portable, l'homme de 55 ans nous dit à la fin de la conversation téléphonique : « Je vous envoie tout de suite un e-mail avec la date, l'heure, l'adresse et les coordonnées ». Parfait. Mes compliments, P. Berger connaît son affaire.

Changement de décor : peu avant 9h30 à Kölliken en Argovie, le jour convenu. La voiture de service de P. Berger entre dans la cour du garage Di Prisco avec une ponctualité exceptionnelle et se gare, à notre demande de

photo, devant une porte d'atelier du membre de l'UPSA. « Sinon, je ne me garerais jamais ainsi, je ne veux pas être dans le chemin ni au centre de l'attention : la clientèle est au centre de l'attention ! », dit-il en avançant vers Eros Di Prisco, propriétaire du commerce automobile du garage. Une poignée de main ferme, on se connaît : depuis 13 ans, P. Berger, 55 ans, travaille chez le leader du marché de la garantie. Son client Eros Di Prisco est même quasiment un habitué de Quality1 : dès 2002, année de la création de Quality1 et deuxième année de sa propre entreprise, il est devenu partenaire.

Le contact personnel compte encore aujourd'hui

Les poignées de main analogiques ont-elles un sens à l'ère du numérique ? « Oui ! », nous répondent simultanément les deux hommes. « Absolument ! », affirme E. Di Prisco, qui a

plus de 30 ans d'expérience dans la branche : « Pour moi, le contact personnel, tangible à tout moment, est important ». P. Berger acquiesce et ajoute : « Impossible de faire sans ». P. Berger effectue quatre à sept visites de clients par jour et jusqu'à 38 000 kilomètres par an. Est-ce amusant ? « Oui, parce que chaque jour est différent, chaque personne est intéressante. Le défi consiste à planifier de manière disciplinée, mais en contrepartie, je peux organiser ma

journée comme bon me semble dans le cadre des directives ». Et si un client était difficile ? « Alors je me gare et je reprends mon souffle. Je ne peux pas emmener les problèmes chez le client suivant ».

P. Berger soutient sa clientèle « en tant que partenaire d'égal à égal, par téléphone, e-mail, en ligne ou sur place, qu'il s'agisse d'un sinistre, de la conclusion d'un contrat, d'une formation,



Service à la clientèle : P. Berger monte un panneau Quality1. La clientèle apprécie ce nom en tant que label de qualité.

d'un soutien marketing ou d'une acquisition. Bien sûr, il y a parfois des problèmes, mais il faut les aborder ouvertement et les résoudre. Au final, ce qui compte, c'est que le garagiste et le client final soient contents ». Les clients sont-ils contents, Monsieur Di Prisco ? « Je mentirais en disant le contraire », répond-il. « Surtout, chez Quality1, tout va vite : le client est là, sa voiture sur le pont élévateur et je ne peux pas attendre un jour. Et Quality1 est flexible : on peut toujours joindre quelqu'un et trouver une solution même dans des cas particuliers ». P. Berger dit en souriant : « C'est bien qu'il le dise et que ce ne soit pas à moi de le faire : validation en 15 minutes ! », puis donne un exemple de cas exceptionnel : un véhicule trop vieux pour la garantie. « Mais la livraison était imminente, le garagiste était un client de premier ordre et l'avait promis à la cliente. Nous ne voulons pas que le garagiste ait une mauvaise image. Ce genre de choses ne se fait peut-être pas en 15 minutes, mais après des vérifications internes, nous avons mis en œuvre une exception ».

Gestion des sinistres externalisée

Mais attendez : E. Di Prisco doit payer les polices d'assurance. Est-ce que cela vaut la peine pour lui ? « Oui, parce que Quality1 est un outil pour vendre des voitures. Je pourrais aussi couvrir les dommages moi-même. Mais je devrais alors obliger le client à s'engager auprès de mon garage et engager des collaborateurs qui s'en occupent et qui maîtrisent toutes les langues nationales, au cas où un client aurait un sinistre à Genève. Mais ainsi, mon client peut se rendre dans n'importe quel garage. Quality1 est la bonne solution d'externalisation ».

Direction les occasions de ce garage indépendant de huit collaborateurs, qui utilise d'ailleurs la garantie Quality1 dans le domaine du commerce et la « Garantie UPSA en coopération avec Quality1 AG » dans le domaine des garages. P. Berger appose la plaquette Quality1 sur une BMW. Est-ce que ça marche ? « Oui, et c'est un fort argument pour Quality1 », dit E. Di Prisco : « La majorité des acheteurs connaissent le nom. J'explique bien sûr la garantie. Mais lorsqu'un client achète une voiture, des milliers d'informations lui tombent dessus. Il est alors content que je ne lui explique pas encore qui est Quality1. Il ne veut pas le savoir. Il a une garantie en laquelle il a confiance, c'est ce qui compte. Aussi parce que les clients deviennent plus exigeants et que la garantie est un sujet important ».

Le pop-corn est quasiment l'arme secrète

Est-ce que seul un établissement comme le garage Di Prisco, qui a obtenu sur Google la fière note de 4,7 étoiles sur 5, peut devenir un partenaire Quality1, ou n'importe qui ? « Nous vérifions que le garage est certifié quelque part comme atelier spécialisé ou s'il s'agit simplement d'une société boîte aux lettres », explique P. Berger. « S'engager à la va-vite juste pour cinq contrats serait dommageable pour un label de qualité ». Le temps presse, P. Berger doit partir. Mais il va d'abord chercher son arme secrète : le pop-corn Quality1 ! Il bondit au coin de la rue et crie joyeusement : « Pour le garage ! Pour ça, il trouve toujours le temps qu'il faut ». Comme au cinéma. Pour que le partenariat reste du grand cinéma. ●



Collaboration : Patrick Berger (à g.) et le garagiste Eros Di Prisco discutent des sinistres actuels.

Plus d'infos sur : quality1.ch 
garage-diprisco.ch