



Cette année, nous avons organisé un Black Friday entièrement numérique qui a abouti à la vente de 55 véhicules.

ENTREVUE AVEC RICHARD DE JÉSUS, DIRECTEUR DES VENTES CHEZ SAN MAZUIN

“Le facteur humain reste primordial dans le processus de vente”

Le grand défi du confinement consistait à ne pas réduire le numérique au seul pourvoi d'information mais de l'utiliser pour communiquer avec le client. Ce qui requiert de s'adapter, à commencer par les vendeurs. Cependant l'intervention humaine demeure essentielle, que ce soit par chat ou vidéo ou pas.

Michaël Vandamme

“La voie digitale s'est ouverte avant la crise du coronavirus mais la pandémie a accéléré la tendance”, explique Richard de Jésus. “Dès l'officialisation du confinement, nous nous sommes mis autour de la table pour répondre à la question de savoir ce que nous pouvions faire. Nous disposions bien sûr d'un site Internet où nous pouvions diffuser davantage d'informations. Et plus de photos aussi. Mais en réalité nous étions en quête de ce qui nous différencierait vraiment. Nous avons donc développé un site Internet qui n'était pas seulement un canal d'information pour le client mais qui permettait de communiquer de manière assez directe avec lui. On peut passer par le chat ou organiser une visioconférence.”

“Le numérique ne se substitue pas aux modes de communication traditionnels mais en ces temps particuliers il a démontré sa valeur ajoutée”, poursuit Richard de Jésus. “Dans certains cas, il contribue même à différencier la relation avec la clientèle. N'oubliez pas qu'il présente un côté accessible. Pour celui qui n'a qu'une simple question à poser, le chat peut se révéler plus utile qu'une visite. Et les demandes affluent! Pendant de nombreuses années, nous avons vendu un

produit que le client connaissait bien mais avec l'arrivée des nouvelles technologies les choses deviennent plus complexes pour lui aussi. D'ailleurs, lorsqu'on parle du numérique, l'important est d'obtenir l'adhésion du client. Ainsi que celle de nos propres vendeurs. Nous n'avons pas eu recours au chômage économique mais avons utilisé cet espace pour mettre en œuvre leur transition vers cette nouvelle méthode de travail.”

Expertise virtuelle

“En raison du confinement, le processus de vente classique s'est trouvé confronté à un problème clair”, analyse Richard de Jésus. “L'acquisition d'un nouveau véhicule va de pair avec la reprise de l'ancien. Mais pour cela il faut pouvoir en donner une estimation exacte. Et ce n'est possible qu'après expertise, chose difficile lorsqu'on ne peut pas organiser de déplacements physiques (sourire). Nous en avons discuté avec notre fournisseur IT et nous sommes arrivés à une solution qui, selon ses dires, marche déjà très bien ailleurs. Concrètement il s'agit d'un outil qui permet au client de réaliser l'ex-

pertise lui-même. Il remplit toutes les données allant du kilométrage au numéro de châssis. Et, bien entendu, il prend des photos. Grâce à ce canal, le client est en contact virtuel total avec le vendeur, qui peut confirmer qu'il a reçu toutes les informations nécessaires ou apporter une correction le cas échéant. Pour ceux qui sont moins à l'aise avec un smartphone, il y a moyen de faire le même exercice sur Internet. Les photos du véhicule seront téléchargées. Le principal avantage de ce procédé est que la vente se déroule en toute transparence. Sans le moindre déplacement physique. Nous utilisons ce système quotidiennement. Le confinement a accéléré les choses, mais ce système peut aussi servir pour expertiser un véhicule qui se trouve dans un endroit trop éloigné.”

Black Friday

“L'an passé nous avons organisé un Black Friday, et cette année aussi, mais ... digital”, conclut Richard de Jésus. “A l'origine, ce n'était que conjecture mais il est très vite apparu que les inscriptions marchaient bien. On peut incontestablement parler de succès.

Nous avons pris près de 200 rendez-vous dont seuls sept ont été annulés le jour même. Ce vendredi-là nous avons conclu 50 ventes. A titre de comparaison, l'an dernier elles étaient au nombre de 88. Hormis ces ventes, nous nous sommes faits des contacts étroits qui déboucheront probablement sur une vente. Ce qui me renforce dans mon opinion que les clients ont clairement dépassé le trac de l'achat digital. Ce vendredi-là, nous avons poussé le numérique aussi loin que possible. Il est loisible au client de se rendre sur le site Internet et découvrir l'offre mais grâce à son inscription, il peut tout aussi bien entrer en contact avec le vendeur.”

“LE FACTEUR HUMAIN RESTE UN ÉLÉMENT PRIMORDIAL”

“Nous constatons qu’il y a sensiblement plus de trafic sur notre site Internet en ces temps de coronavirus”, explique Richard de Jésus. “En soi c’est une bonne chose, mais hélas cela ne génère pas plus de ventes. Lorsqu’on organise une intervention humaine, même virtuelle, la donne change. En permettant au client de parler en visioconférence avec le vendeur, on supprime un obstacle de taille. Car c’est ce contact humain qui fait la différence.”



Pour que le canal de la vente digitale marche, il faut une intervention humaine, présente ou numérique.

groupe **SAZ** *mazuin* saazmazuin.be Vous rencontrez un problème? +32 81 40 85 40 (lundi au vendredi de 09h - 17h)

Kilométrage

Combien de kilomètres affiche votre véhicule?

88 035 km

◀ SUIVANT ▶

[Recommencer](#)

Marque	Audi
Première immatriculation	03/2016
Modèle	A4
Type de carrosserie	Break
Carburant	Diesel
Cylindrée du moteur	1900 cm ³ > 2199 cm ³
Transmission	Automatique
Kilométrage	88 035 km
Plaque d'immatriculation	/
Numéro de châssis	/

Il est loisible au client d'expertiser lui-même sa voiture moyennant le site Internet ou une appli, après quoi l'on convient du montant de la reprise à l'achat de la nouvelle voiture.



IN MEMORIAM

Francis du Quesne

Francis du Quesne, ancien directeur de DQN, est décédé le 22 novembre dernier. DQN est un des rares fabricants belges de matériel de garage, assemblé à Anvers.

Dans l'entreprise familiale que son père avait fondée en 1925, il a mis en œuvre plusieurs de ses inventions pour lesquelles il a obtenu un grand nombre de brevets.

Il a transmis son grand professionnalisme et son sens des affaires à son fils, Bertrand du Quesne, et à toute l'équipe de DQN, pour qu'ils puissent poursuivre son travail au service du client.

C'est en partie grâce à lui que l'artisanat belge est loué bien au-delà de nos frontières pour sa qualité et sa fiabilité.

La photo le montre à une édition d'AutoTechnica, salon auquel DQN participe depuis qu'il existe.

Nous tenons à exprimer nos plus sincères condoléances à la famille.