

AUTODISTRIBUTION FRANKRIJK: DE NIEUWE AMBITIES VAN HET AD-NETWERK



Het AD-Netwerk, dat bijeenkwam op een congres in Malta van 27 tot 30 september, onthulde de nieuwe slogan van het merk: "AD, c'est sûr!" (AD is een veilige keuze) en de zakelijke opportuniteiten die het merk wil ontwikkelen.

Tijdens een "imposante krachttoer" (om de woorden van Stéphane Antiglio, voorzitter van Parts Holding Europe, voorheen Autodis Group, te gebruiken) bracht de groep al haar leden van het AD-Netwerk samen: mechaniek (AD Garage en AD Expert Garage), carrosserie (AD Carrosserie) en zware vrachtoertuigen (AD Poids Lourds). In totaal reisden 3.500 mensen, die 70% van de AD-bedrijven vertegenwoordigen, af naar dit eiland van 40.000 inwoners in de Middellandse Zee. Ze kwamen het ontwikkelingsplan "Préférence 2022" ontdekken, dat vanaf januari 2019 uitgerold wordt.

Dit plan volgt het "Référence 2018"-plan op, dat in 2014 voorgesteld werd, en omvat o.a. meer communicatie dankzij een tv-budget voor 2019 van 5 miljoen euro. Dit plan moet de bekendheid van het netwerk vergroten en de bewijzen leveren van zijn nieuwe belofte aan het grote publiek:

- een "levenslange garantie" voor carrosseriewerken en een "terugbetaalde herkeuring".
- een "gegarandeerde compliance van de normen" voor de diensten in het kader van eco-onderhoud (Eco-entretien). Eco-entretien is een initiatief van AEE - Association de l'Eco-entretien (waarvan het AD-Netwerk in Frankrijk deel uitmaakt) - en helpt de oudere

voertuigen om de nieuwe opaciteitscontroles van WLTP (Worldwide harmonized Light vehicle Test Procedure) te doorstaan (www.ecoentretien.eu). De doelstelling van het AD-Netwerk is om 500 AD-Garages te voorzien van het Eco-label (een kwart van het netwerk) en meer dan 1000 garages tegen eind 2019. Volgens Eddy Albert, hoofd van de netwerken voor mechaniek voor lichte voertuigen, komt de uitdaging neer op een omzet van 23 miljoen euro.

- een garantie van 5 jaar voor alle diensten geleverd in het AD-Netwerk na een afspraak op het onlineplatform AD.fr.

De centrale Autodistribution blijft haar aanbod van producten en diensten uitbreiden



Autodistribution kondigde aan dat het een nieuwe exclusieve overeenkomst met het bandenmerk Leao Tyre (van de Chinese Ling Long-groep) tekende, een dienst oprichtte

voor de renovatie van elektrische onderdelen (met een specialist in Nantes) en herbruikbare onderdelen aanbiedt (met Opisto.fr).

Het Netwerk kreeg diversificaties voorgesteld zoals ruiten (Glass Auto service), de verkoop van nieuwe en tweedehandswagens (CarGroup, Elite Auto) en binnenkort een nationaal aanbod voor de langetermijnverhuur van wagens bestemd voor micro-ondernemingen en kmo's.

Het AD-Netwerk wil ook de markt voor het onderhoud van wagens die op lange termijn verhuurd worden, betreden door aan grote verhuurbedrijven met meerdere merken nationale forfaitaire bedragen en gecentraliseerde facturering aan te bieden, zoals al het geval is in de carrosseriebranche en in het bijzonder bij AD.





Nieuwe IT- en digitale tools



De Groep investeert ook zwaar in digitale technologie en IT om zijn netwerk te ontwikkelen. Een nieuwe beheertool, ADMS 360 (met Fiducial), gekoppeld aan Autossimo, de online bestelsite, en de online offertesites (AD.fr en IDgarages.com), wordt momenteel uitgerold.

De doelstelling is om tegen 2019 25% van het netwerk uit te rusten en 100% tegen 2022. De tool wordt gekoppeld aan een actieve ontvangsttablet, om tijd te besparen en extra verkoop te stimuleren. De online bestelsite van BtB, Autossimo, werd ook vernieuwd, met een vereenvoudigde zoekmachine en de integratie van carrosserieonderdelen van Cora, vanaf het eerste kwartaal van 2019.



Stéphane Antiglio, voorzitter van Parts Holding Europe, vat het plan Préférence 2022 in één zin samen: "Autodistributie heeft niet alleen als taak jou zo goed mogelijk onderdelen te verkopen, maar ook om je te helpen je bedrijf te ontwikkelen en zijn voortbestaan te waarborgen".

