

AUTODISTRIBUTION FRANKRIKE – AD-NÄTVERKETS NYA SATSNINGAR



När AD-nätverket samlades för sin kongress på Malta den 27–30 september avslöjade de varumärkets nya löfte: "AD, c'est sûr" ("AD, det är säkert"), samt de affärsmöjligheter som företaget vill utveckla.

Under vad som enligt Stéphane Antiglio (VD för Parts Holding Europe, tidigare Autodis Group), kallade "en riktig styrkedemonstration", lyckades man samla alla medlemmarna i AD-nätverket, inom mekanik (Garage AD och Garage AD Expert), karosseri (AD Carrosserie) och lastbilindustrin (AD Poids Lourds). Sammanlagt 3 500 personer som representerar 70 procent av AD-företagen hade valt att komma till medelhavsön med sina 40 000 invånare för att få ta del av utvecklingsplanen "Préférence 2022", som kommer att börja införas från och med januari 2019.

Planen, som efterträder "Référence 2018" som presenterades 2014, kommer bl.a. att omfatta en ökad satsning på kommunikation med en TV-budget på fem miljoner euro för 2019 för att öka medvetenheten om nätverket och uppfylla sina nya löften till allmänheten:

- "livstidsgaranti" på karosseriarbeten och "pengarna tillbaka på ditt uppföljningsbesök".
- "garanterad efterlevnad" för underhållsarbeten i samband med miljöservice. Miljöservice är en satsning från den franska miljöserviceföreningen (som det franska AD-nätverket är medlem i), som har till syfte att bidra till att äldre bilar går igenom det nya WLTP-protokollet (nya tester för certifiering av bränsleförbrukning,

Co₂ och förorenande utsläpp) (www.ecocentreten.eu). AD-nätverket vänder sig i dag till 500 AD-verkstäder med miljöservicemärkningen (motsv. en fjärdedel av nätverket) och över 1 000 fram till slutet av 2019. Enligt Eddy Albert, chef för mekaniknätverket för lätta motorfordon, är målet en omsättning på 23 miljoner euro.

- Fem års garanti för alla tjänster som utförs i AD-nätverket när personen har bokat tid via nätplattformen AD.fr.

Autodistribution fortsätter att utöka sitt utbud av produkter och tjänster



Nyligen tillkännagav Autodistribution ett nytt, exklusivt avtal som undertecknats med däckvarumärket Leao Tyre (som ingår i den kinesiska gruppen

Ling Long), en ny renoveringstjänst för elektriska delar (med en specialist i Nantes) och ett erbjudande för återanvända reservdelar (med Opisto.fr).

Nätverket erbjuds diversifiering i form av vindrutetjänster (Glass Auto service), försäljning av nya och begagnade bilar (CarGroup, Elite Auto) och snart även ett erbjudande för långtidsuthyrning på nationell nivå, som vänder sig till mikroföretag, små och medelstora företag.

AD-nätverket är också intresserade av att ta sig in på servicemarknaden för bilar med långtidsuthyrning, genom att erbjuda uthyrningsföretag som arbetar med flera varumärken enhetliga, nationella priser och centraliserad fakturering. Detta är något som redan görs inom karosseriverksamheten och särskilt inom AD.





Nya IT-verktyg och digitala verktyg



Koncernen investerar även kraftigt på digitalt och IT för att utveckla sitt nätverk. Ett nytt administrationsverktyg håller på att införas. Det går under namnet ADMS 360 (med Fiducial) och är integrerat i gränssnittet för webbplatsen för onlinebeställningar Autossimo och

webbplatserna för onlineofferter (AD.fr och IDgarages.com). Målet är att utrusta 25 procent av nätverket 2019 och uppnå 100 procent 2022. Verktöget ska kompletteras med en surfplatta för aktiv mottagning, för att spara tid och främja ytterligare försäljning.

Den tillhörande B2B-webbsidan för onlinebeställningar, Autossimo, ska också uppdateras med en förenklad sökmotor och integrering av Cora-karosseridelar, från och med det första kvartalet 2019.



Så här sade Stéphane Antiglio, VD för Parts Holding Europe, för att sammanfatta programmet Préférence 2022: – För oss handlar verksamheten för Autodistribution om att så bra som möjligt sälja bildelar till er, men också om att hjälpa er att utvecklas och få en hållbar verksamhet.

