



10/05/2021 par Muriel Blancheton

Wroom Team : « L'atelier et la pièce restent les poumons économiques d'une concession »



*Parce-que la résistance au changement est un frein pour leur développement, de plus en plus d'entreprises font appel à des cabinets de consultants comme la **WroomTeam**. La mission de ces « flying doctors » ou "Garagologues" : s'immerger plusieurs jours au cœur du SAV d'une affaire pour en extraire les bonnes comme les mauvaises pratiques. Et de l'aveu d'**Eric Cerceau**, l'un des fondateurs, "les mauvaises habitudes ou les travers d'un management toxique se retrouvent aussi bien chez les gros concessionnaires ayant pignon sur rue que les plus*

petits garages multimarques en réseau ou non !"

Certains ont conservé des méthodes de travail ancestrales, avec le calepin en guise de tablette pour prendre les rendez-vous ou faire les devis. Au risque d'ailleurs de faire fuir le jeune chef d'atelier ou le réceptionnaire trentenaire embauché il y a à peine six mois. D'autres veulent simplement booster l'activité SAV d'une seconde marque au sein de leur affaire, racheter des sites concurrents ou encore préparer leur transmission d'ici trois ans.

Les raisons de faire appel à elle sont variées, mais la Wroom Team annonce plus de 500 clients tous secteurs confondus depuis sa création il y a plus de 10 ans : Le groupement Forami (Ford) pour le déploiement de leur DMS, des distributeurs comme RCM ou Cobredia, des garages multimarques sous réseau (AD...) voire des centres autos avec Autobacs... avec une diversification vers le deux-roues (BMW Motorad, le réseau Honda) ou le PL. L'objectif est le même : comprendre ses défauts et se remettre sur la bonne trajectoire à condition de jouer la transparence. Car la Wroom Team plonge non seulement dans les bilans de l'entreprise mais analyse également les fonctions et relations des équipes entre elles.

Eric Cerceau, l'un des fondateurs, démarre toujours avec une panoplie d'indicateurs clés. Tout d'abord avec l'examen des chiffres : nombre d'entrées atelier par jour, taux horaire moyen selon sa zone, marge pièces, panier moyen par ordre de réparation, étude du résultat d'activité (atelier et magasin), ratio de la gestion des heures pointées et/ou facturées... jusqu'à l'établissement d'un taux d'absorption des frais fixes. « *Sachant que 70% étant un minimum à atteindre pour un concessionnaire. Lorsqu'une affaire couvre 70% de ses frais fixes avec son SAV (ateliers et pièces), elle devient moins tributaire des marges qui sortent sur le VN et le VO. Or, beaucoup tournent en moyenne autour des 45 à 50% !* », constate Eric Cerceau.

Une affaire, couvrant 70% de ses frais fixes avec son SAV devient moins tributaire du VN et du VO. Or, beaucoup tournent en moyenne autour des 45 à 50% !

Le sujet du taux d'absorption des frais fixes est récurrent voire prépondérant aujourd'hui avec les aléas de la pandémie sanitaire qui a fait chuter les ventes de véhicules en 2020, sur fond de pénurie de composants en ce début 2021. *"L'atelier et la vente de pièces sont les poumons économiques d'une concession. Ne pas être dans le ratio des 70% expose l'entreprise à des risques."*

Valeurs humaines à la loupe

Une fois cette étape franchie, **Eric Cerceau** va également observer la qualité de la relation humaine établie sur des points précis : le chef d'atelier fait-il un débrief quotidien avec les techniciens ? Des primes sur l'activité atelier sont-elles appliquées ? Y-a-t-il des perspectives d'évolution dans les carrières des salariés ? *« Nous regardons même l'apport du bien-être au travail ! Cela peut se jouer sur la qualité du wi-fi dans l'atelier ! Il faut être conscient de tout cela. »*

Tous ces codes défauts du garage sont ainsi mis en lumière et exposés aux équipes : tableau de bord du pilotage obsolète, outil informatique dépassé ou sous-utilisé, risques lourds de retours ateliers ou de litiges clients... *« Certains contrôles en sortie de réparation peuvent ne pas être faits par manque de temps. C'est aussi une erreur. De même, ce marché étant ultra concurrenté, il est impératif de parler de soi et de faire du marketing sur ses actions...sous peine de voir partir à jamais le véhicule à sa sortie de garantie. »*

Cette compilation de données permet à **Eric Cerceau** d'établir ce qu'il nomme le « *manque à gagner* ». En clair, une évaluation financière du temps perdu (avec le taux horaire client) : si le magasin PR ne prépare pas les pièces en amont du rendez-vous atelier par exemple retardant la prestation, ou s'il manque une pièce pour finaliser la réparation.

Sur une année, la somme frôle plusieurs milliers d'euros perdus, ajoutés à d'autres critères comme le pointage du temps et la gestion de la charge atelier, ou le tour non réalisé du véhicule avec le client. *« Sachant qu'un réceptionnaire peut gagner en moyenne et par entrée atelier jusqu'à 50€ supplémentaire en facturation. C'est un facteur très important. »*

Ce reporting global des chiffres clés de l'atelier est un pré-requis pour établir un diagnostic et déterminer le plan d'actions et de progrès (management, organisation, gestion comptable et RH), suivi d'un accompagnement entre cinq et dix jours par site, échelonnés sur une année. *« Car il faut laisser le temps au temps, sachant qu'ils récupèrent jusqu'à quatre fois le manque à gagner estimé. »*

