

Programme d'investissements d'avenir

Chantier Après-Vente Connectée

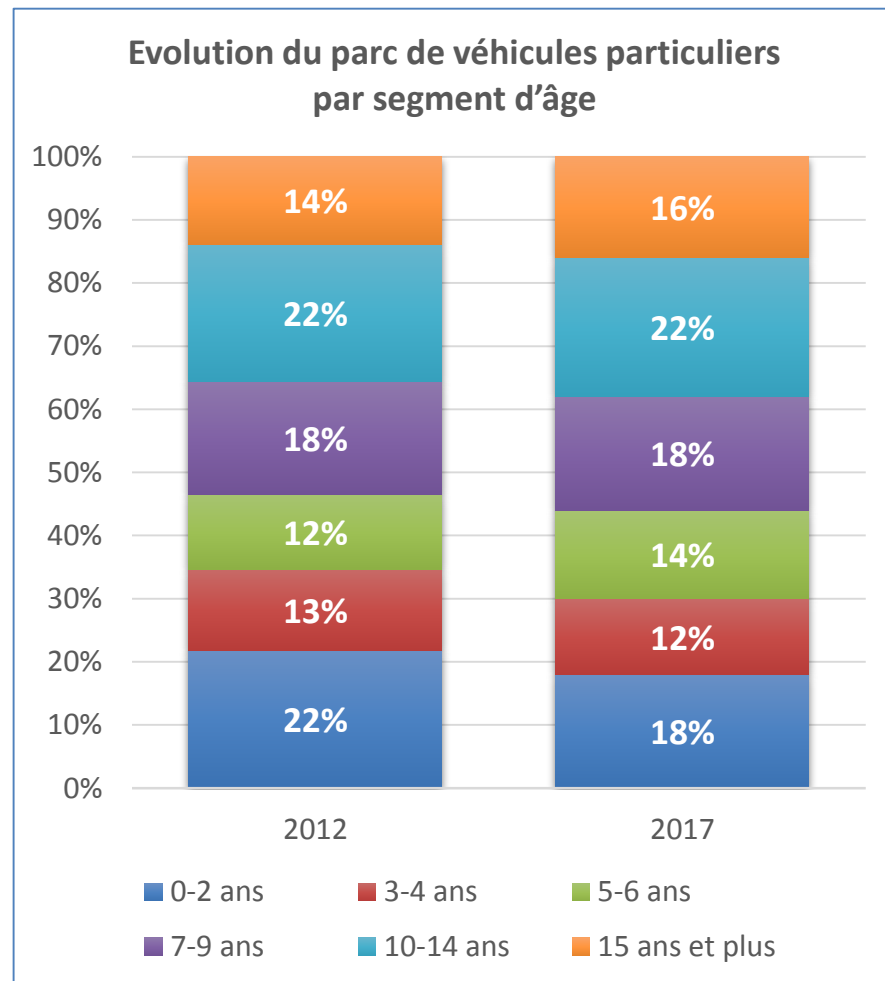
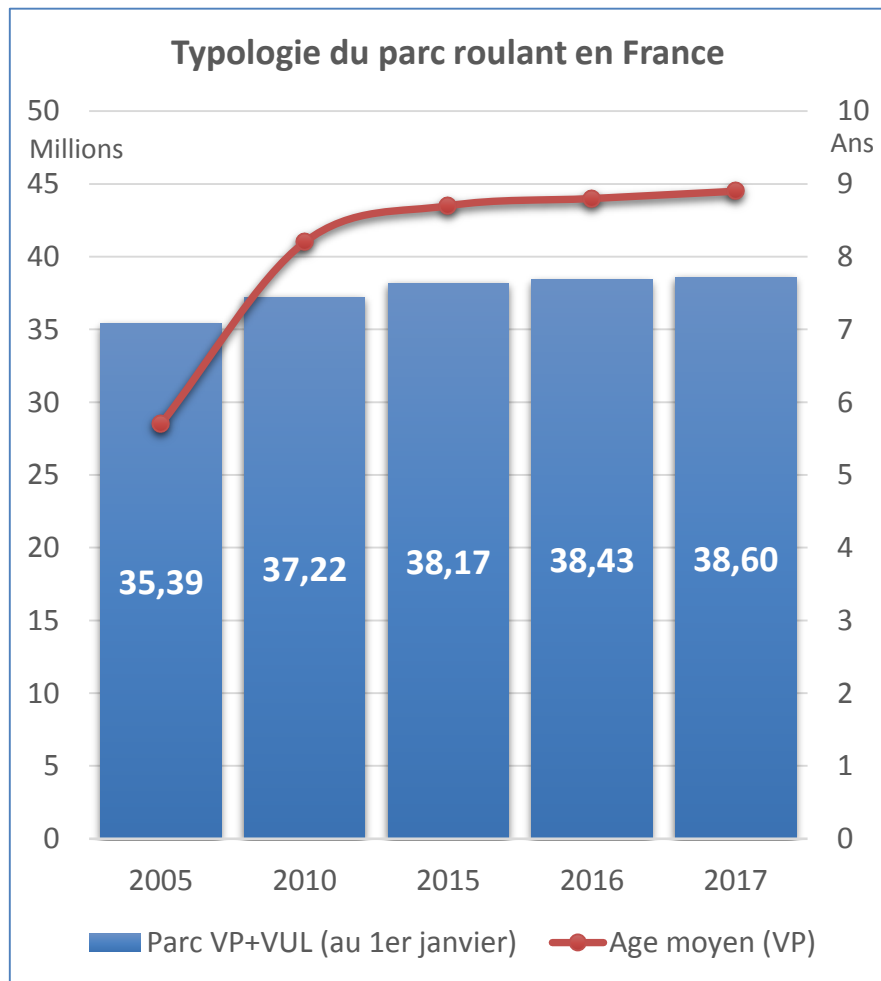


***Présentation TCG
Résultats des phases 1 et 2***

***Etude après-vente connectée
des véhicules légers***

Conseil Scientifique du 26 juin 2018

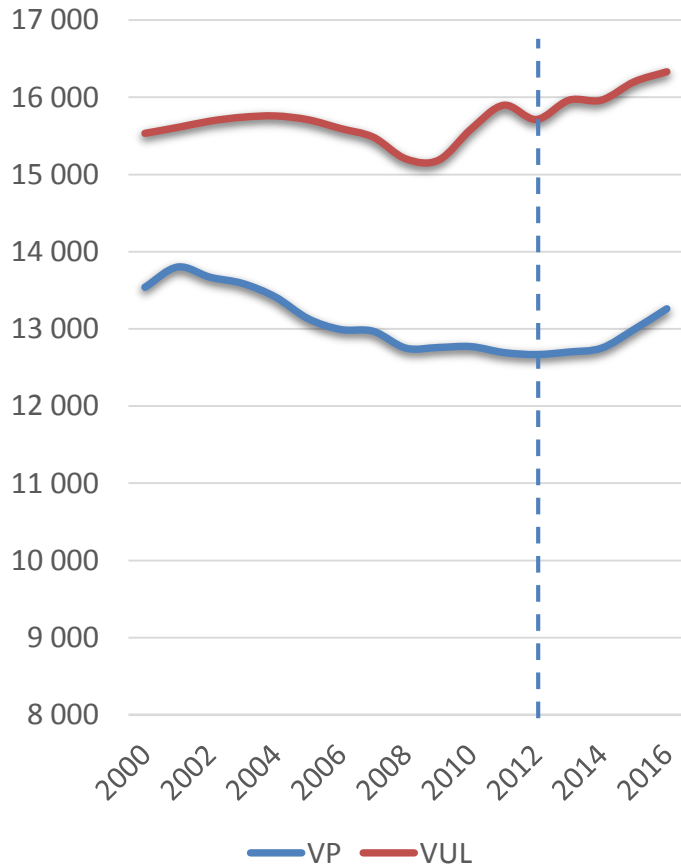
Le parc roulant français continue de croître légèrement, et il vieillit. En matière de service après-vente, cela favorise les acteurs indépendants



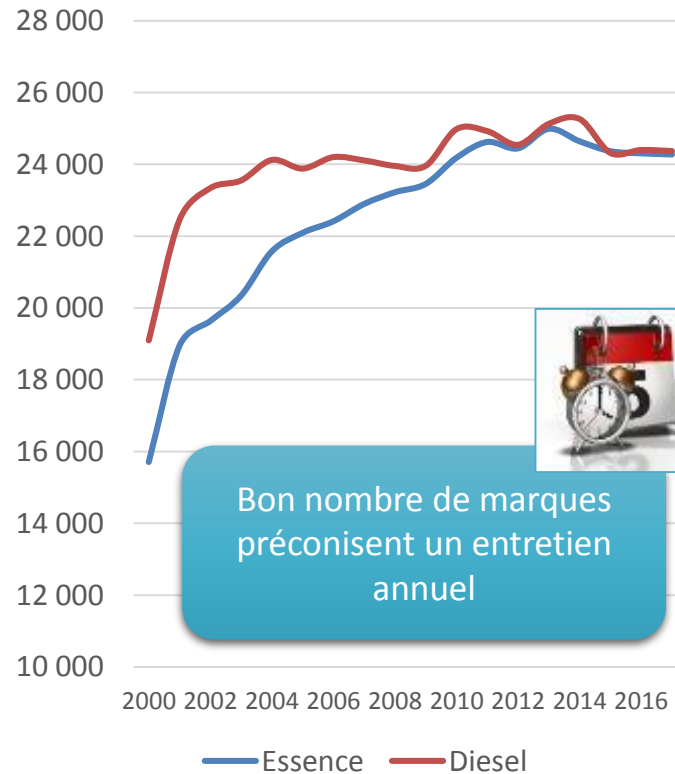
Source: SOeS, TCG Conseil, Gipa

Les kilométrages annuels parcourus augmentent depuis 2012, les intervalles d'entretien sont plus espacés, et la fiabilité des véhicules s'accroît

Kilométrage annuel moyen



Pas moyens d'entretien des véhicules neufs selon leur année de mise à la route - En km



Taux moyen de panne annuel pour un véhicule de 6 à 8 ans

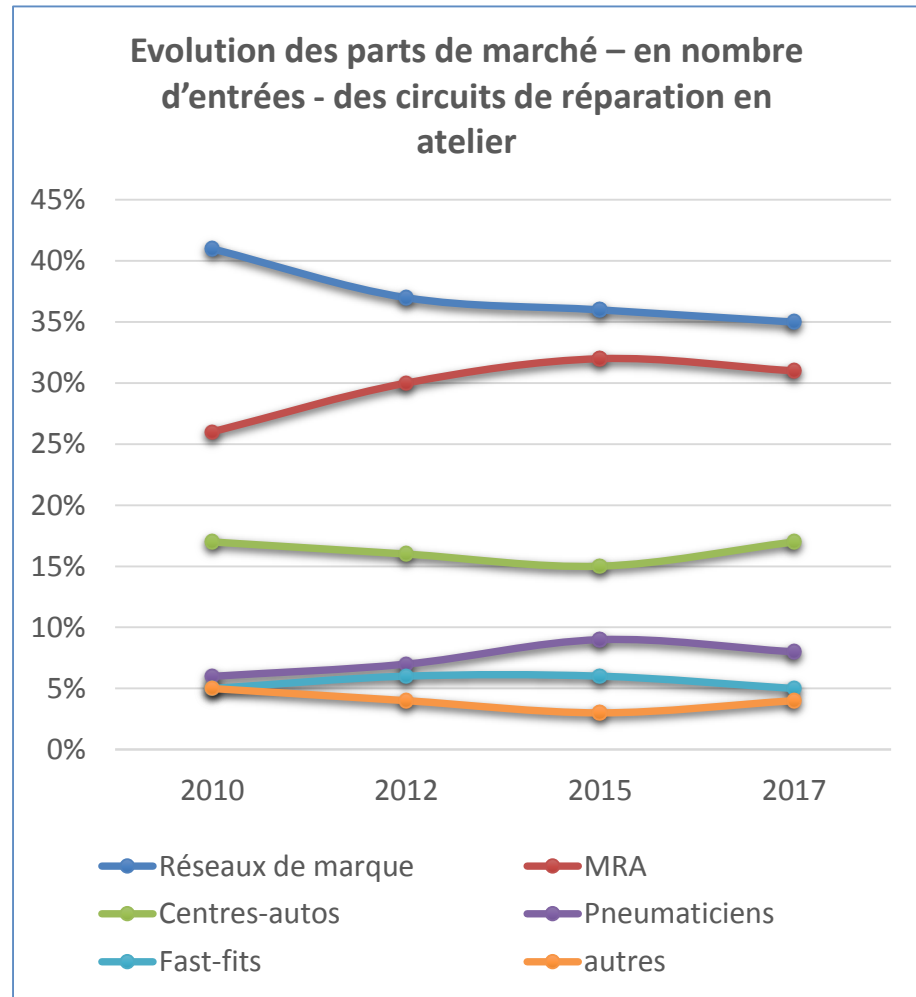
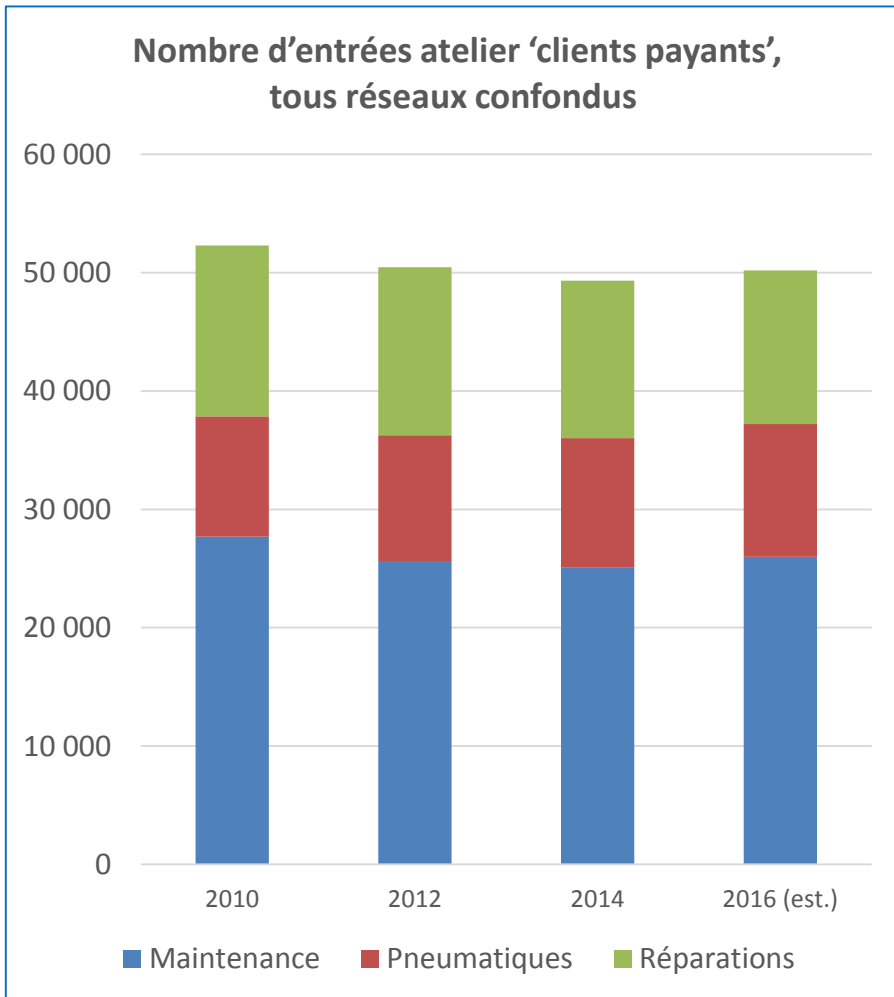


2000 : 1,06



2017 : 0,43

Ces facteurs ont impacté le marché de l'entretien & réparation mécanique à la baisse, jusqu'en 2014. La part de marché des réseaux constructeurs s'est dégradée au profit des centres-autos et des MRA

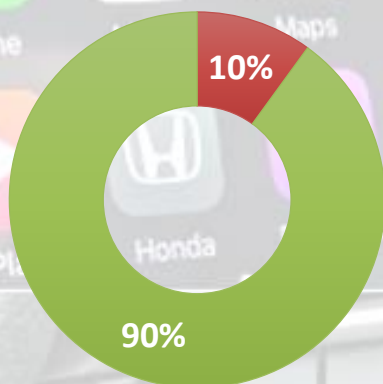


Source: TCG Conseil, GIPA

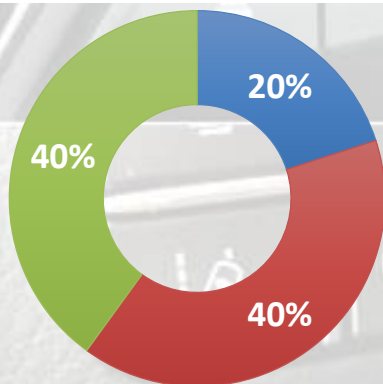
Dans ce contexte, le contenu technologique des véhicules évolue, poussant les différents opérateurs de l'après-vente à s'adapter

Poids des éléments composant un véhicule, en valeur

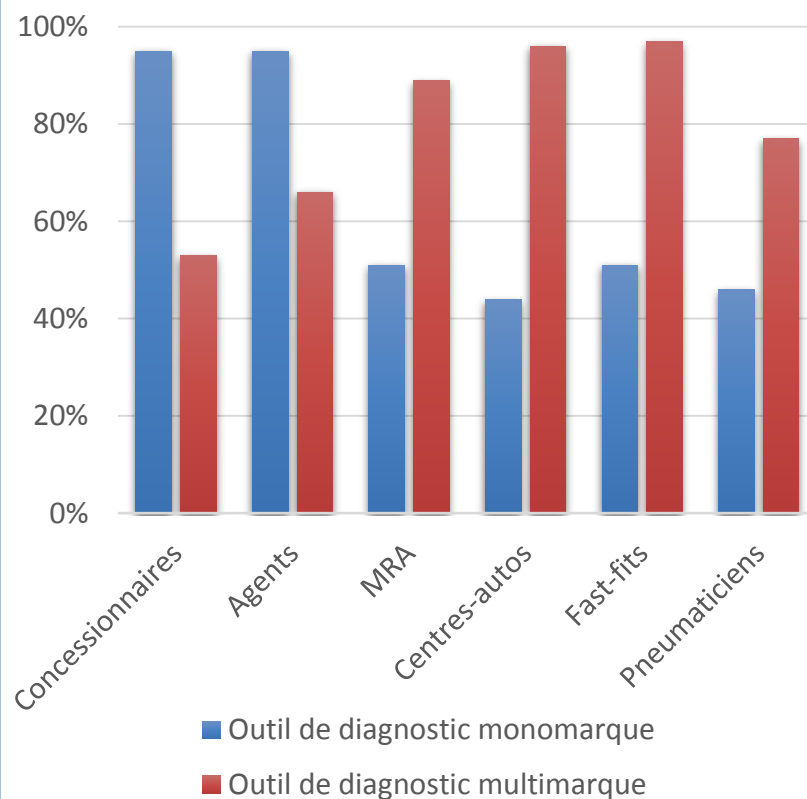
Aujourd'hui



En 2030



Taux d'équipement des garages en outils de diagnostic mono et multimarques



Source: TCG Conseil, AT Kearney, GIPA

En matière de véhicules connectés, on distingue deux grands écosystèmes: les véhicules équipés d'origine et les systèmes en post-montage

Les systèmes propriétaires des constructeurs



Les systèmes en après-vente, souvent multi-marques



Constructeurs et acteurs de l'IAM développent des stratégies pour contrôler et exploiter les données conducteur / véhicule. La création de valeur ajoutée pour le client n'est pas toujours évidente

Source: TCG Conseil

26 interviews terrain ont été réalisées au total, auprès de divers réparateurs et acteurs de la filière. La notion de véhicule connecté reste vague et diffère selon la nature des personnes rencontrées

« Pour le client, dès qu'il peut connecter son téléphone à sa voiture, il s'agit d'un véhicule connecté. »

« Tous les véhicules traités en atelier sont connectés car nous devons passer par une valise de diagnostic. »

« Un véhicule connecté est équipé d'un boîtier permettant de récupérer des infos et de les transmettre au garage. Il agit comme une valise de diagnostic embarquée. Ils sont surtout développés avec les flottes. »

« Le véhicule connecté possède une interface avec l'extérieur: autre véhicule, signalisation, serveur, téléphone client... »

« C'est un véhicule offrant à minima une connexion au téléphone. Ils peuvent avoir une carte SIM intégrée au véhicule. »



Concessionnaires / Agents

MRA sous enseigne

MRA indépendants

Chaines de service

Constructeurs

Experts



Source: TCG Conseil

Les ateliers de marque sont les plus exposés aux problématiques liées aux véhicules connectés: reprogrammation des calculateurs, dysfonctionnement des interfaces multimédia prédominant

Quasiment tous les véhicules en atelier nécessitent un recours à la valise de diagnostic

Les véhicules sont des ordinateurs sur roues, leur mise en main auprès des clients est de plus en plus longue

Les problématiques spécifiques à la reprogrammation des calculateurs sont entrées dans le quotidien des ateliers

Encore peu d'intérêt pour les dongles en post-montage, en général

Les opérations liées à l'appariement des smartphones, au diagnostic / à la mise à jour des interfaces multimédia sont de plus en plus fréquentes

Le besoin d'acculturation à l'univers informatique des techniciens en atelier est souvent exprimé (petites structures)

Encore peu de constructeurs exploitent les données utilisateur/ véhicule de manière effective. Deux approches différentes ont été adoptées dans ce cas, impactant les réceptionnaires à divers degrés

1- Système centralisé

Le réceptionnaire fait l'interface avec les clients mais la partie 'gestion des codes défaut' / diagnostic à distance est gérée en central

2- Système délocalisé

La fonction gestion des codes défaut / diagnostic à distance sera gérée à terme

Le réceptionnaire garde son rôle 'commercial'

Le technicien expert peut être amené à faire un diagnostic à distance

Dans la plupart des cas, il faudra faire revenir le véhicule physiquement en atelier pour établir un diagnostic complet

Tout est fait pour renforcer la capacité de vente du réceptionnaire...

... dont la fonction de 'gestionnaire de flotte' est également affirmée

Si certains des MRA interviewés présentent l'impact du véhicule connecté dans leurs affaires, la plupart sont confrontés moins directement que les réseaux de marque à ces problématiques

La plupart des MRA n'appréhendent pas l'impact du véhicule connecté dans leurs affaires. Ils le voient plutôt comme une menace

Des MRA ayant une forte activité VO rapportent des soucis de mise en main (explications du système multimédia)

En cas de problème liés au diagnostic, ils peuvent faire appel à des spécialistes mobiles. Peu de soucis liés à la reprogrammation des calculateurs

Des franchises multi-marques poussent l'installation de dongles, mais bon nombre de MRA estiment que « leurs clients sont fidèles » sans ces outils

Certains constructeurs mettent à disposition des matrices smartphones / véhicules relatives à l'appariement

La notion de double culture, informatique et mécanique, se fait plus présente dans les ateliers

Une formation spécifique liée aux véhicules connectés ne semble pas être une priorité pour toutes les chaînes de service

Diverses stratégies relatives au véhicule connecté ont été adoptées par les chaînes de service...

Si certaines ont développé des dongles spécifiques, pour d'autres ces développements ont été envisagés, puis abandonnés faute de perspectives commerciales

L'âge du parc cible moyen est de 8 ans, donc pas de confrontation immédiate aux problèmes liés aux véhicules connectés 'd'origine'

En revanche, la généralisation de l'utilisation des outils de diagnostic est envisagée, mais cela pose un souci organisationnel: trop d'attente à la réception

A terme, l'utilisation d'une fonction de diagnostic à distance pourrait permettre de réduire ce temps d'attente

Au regard des éléments recueillis lors de l'enquête terrain, 5 pistes ont été retenues concernant l'impact du VL connecté sur les besoins en formation après-vente, 2 seront traitées séparément



Digitalisation et commercialisation de l'après-vente

- Gestion proactive des données générées par le couple automobiliste / véhicule
- Promotion via le web, devis en ligne, rendez-vous en ligne etc.



Connexion à distance des outils de diagnostic / reprogrammation

- Outils et solutions techniques adoptés, spécifiques à une marque / multimarque
- Processus de mise en oeuvre, ergonomie de ces outils



Système multimédia du véhicule, communication

- Diagnostic, réparation, appariement des smartphones
- Explication du fonctionnement au client



Information sur les systèmes de connexion en post-montage

- Les différents systèmes existants, fonctions, avantages / inconvénients, coûts
- Impacts réglementaires de la commercialisation de ces produits



Acculturation à l'outil informatique

- Pour 'démystifier' les appareils de diagnostic en atelier, notamment
- Public visé: les techniciens n'ayant pas débuté leur carrière sous l'ère informatique

Traitées
spécifi-
quement

Programme d'investissements d'avenir

Chantier Après-Vente Connectée



***Présentation TCG
Résultats des phases 1 et 2***

***Etude après-vente connectée
des véhicules légers***

Conseil Scientifique du 26 juin 2018