

# Client-Up étoffe son offre AtelierFid+

Accueil > Actualité auto > Après-vente | Par Alexandre Guillet | Publié le 14/09/2018 à 14:16. Mis à jour le 14/09/2018 à 14:16

Client-Up a doté son produit AtelierFid+ d'un module d'interactivité 100% digital, afin de faciliter le lien entre les clients et la concession. Avec l'objectif d'améliorer le taux de transformation.

Une application « minisite web » est désormais couplée à AtelierFID+ et permet ainsi à l'automobiliste de réagir immédiatement et avec une grande facilité (sur son smartphone, son ordinateur ou sa tablette) à la réception d'un message de sa concession par quatre actions possibles : la prise immédiate de rendez-vous en ligne à l'atelier sur l'outil MecaPlanning (pour les concessions équipées du logiciel de l'éditeur 3DSOFT, partenaire de Client-Up ; la demande de « Call-Back » par le centre d'appel en place (ou la cellule BDC/commerce lorsqu'elle existe) ; la redirection vers l'URL de prise de rendez-vous en ligne à l'atelier de la concession ; la saisie d'une demande simplifiée de rendez-vous à l'atelier (avec choix du jour et de l'horaire).

« Auparavant, notre solution de pull marketing pour l'après-vente envoyait des offres aux clients en indiquant le numéro de téléphone de la concession. Ensuite, cela dépend donc de la disponibilité et de la qualité de l'accueil téléphonique dans les concessions. Or, nous savons qu'il existe encore de réels problèmes à ce niveau. Pour faire court, on peut dire qu'il vaut mieux éviter cette étape, surtout le lundi... », explique **Patrice Delmas**, président de Client-Up, avant de poursuivre : « En outre, pour le client, il est plus valorisant d'être rappelé ou d'être pleinement maître de sa prise de rendez-vous en ligne ».

Même s'il est trop tôt pour aller au-delà d'un bilan intermédiaire, les premiers résultats sont bons, notamment le taux de transformation, orienté à la hausse dans les concessions utilisatrices. « Un élément important quand on sait que les concessions tendent à perdre des parts sur un marché de l'après-vente en baisse », souligne Patrice Delmas. Parmi les clients de Client-Up qui ont adopté cette nouvelle solution, on peut prendre l'exemple du groupe Saint Christophe Automobiles, présidé par **Francis Bartholomé**. Son directeur général, **Philippe Swaenepoel**, a déployé ce module digital sur la plaque champenoise du groupe pour trois marques, Ford, Jaguar et Land Rover, soit 14 concessions.

Patrice Delmas se réjouit de cette référence et annonce par ailleurs une extension de la palette de services de son groupe d'ici la fin de l'année 2018, via la conclusion de nouveaux partenariats.

