

Cas client : Škoda

Škoda améliore sa part
de marché en Belgique
avec Experian



« Nous avons dû faire des choix difficiles car, en cas d'échec, les effets sur nos résultats auraient été catastrophiques. Les indicateurs pertinents d'Experian nous ont aidés à saisir les meilleures opportunités du marché. Aujourd'hui, rétrospectivement, il est clair que nos décisions furent les meilleures ».

Didier Willems, Directeur Škoda Import

Résumé

Client

Škoda Import Belgique.

Mission

Augmenter la part de marché de Škoda en Belgique.

Challenge

Intégrer les bouleversements induits par les nouvelles règles européennes concernant les concessionnaires, et l'évolution technologique des produits Škoda.

Solution

Modèle de simulation chargé d'estimer les résultats de vente des distributeurs Škoda.

Bénéfices

Augmentation significative de la part de marché.

Client

Depuis 1992, après la reprise des usines automobiles de Škoda par le Groupe Volkswagen, l'importation en Belgique est assurée par le Groupe D'leteren, via sa filiale Škoda Import Belgique. Plus grand importateur de véhicules automobiles en Belgique, la SA D'leteren est en charge de la distribution des produits des marques Volkswagen, Audi, Seat, Škoda, Porsche, Bentley, Lamborghini, Yamaha et MBK.

La société compte plus de 1 million de clients et a développé un réseau d'environ 300 concessionnaires. Elle a réalisé un chiffre d'affaires de 2,64 milliards d'euros en 2007 et atteint 19,97 % de part de marché avec 120 774 véhicules vendus.

Mission

La nouvelle réglementation européenne dénommée « Block exemption » a mis fin en 2003 à l'application du système dérogatoire de distribution chez les concessionnaires. Elle a entraîné un

bouleversement du secteur de la distribution automobile, les contrats d'exclusivité et les zones géographiques exclusives n'étant plus autorisés. Pour faire face à ces changements, Škoda a défini de nouveaux standards pour son réseau de points de vente, mais de nombreux revendeurs belges ont décidé de ne pas s'y conformer.

En 2003, la part de marché de Škoda en Belgique était très faible (1,36 %). Les concessionnaires vendaient en moyenne moins de 100 véhicules Škoda. On comptait 58 partenaires Škoda et plus de 40 % du volume des ventes provenait de concessionnaires ne remplissant plus les nouveaux standards. L'objectif de Škoda était de reformer un réseau de détaillants capables de répondre à l'ensemble de ses normes, et de gagner des parts de marché.

Challenge

- Définir le réseau des meilleures implantations afin d'optimiser la couverture des cibles potentielles.



Immeuble le Triangle de l'Arche
8, cours du Triangle
92937 Paris La Défense Cedex
Tél. : 01 41 45 10 10
Fax : 01 41 45 10 20

www.experian.fr
www.businessstrategies.fr
www.experianbs.be



- Sélectionner les meilleurs candidats pour devenir des partenaires Škoda.
- Augmenter la part de marché pour contrer la perte de 40 % des ventes.

Solution

Pour aider Škoda, Experian Business Strategies a créé un modèle capable de simuler le comportement des acheteurs de voitures en utilisant des paramètres significatifs tels que :

- le potentiel local,
- les points de vente de Škoda et distance en drive-time,
- les concurrents,
- le bassin d'achat d'automobiles des villes principales de Belgique.

L'objectif était de trouver les meilleurs emplacements stratégiques

pour maximiser la couverture du marché.

Basé sur 43 zones de marché automobile et utilisant un modèle de choix du consommateur, la solution déployée par Experian permet à Škoda :

- de simuler les résultats potentiels pour chaque hypothèse de marché et de réseau,
- d'estimer les ventes potentielles et les zones à risque en termes de cannibalisation des points de vente,
- de supporter la définition des objectifs de ventes annuelles de chaque concessionnaire.

De plus, Škoda est capable de suivre en temps réel le volume de vente par concessionnaire, zone et/ou segment via les tableaux et les cartes du système de reporting « My Business » développé par Experian.

Bénéfices

Škoda Import Belgique est devenu le meilleur importateur Škoda dans le monde en 2006 et a connu une importante augmentation de sa part de marché (2,51 % en 2007) et de ses ventes ces dernières années.

Aujourd'hui Škoda possède un réseau de points de vente adapté au marché, avec une moyenne de 190 véhicules vendus par concessionnaire chaque année.

La solution Experian fournit à Škoda :

- des outils pour une meilleure gestion des activités,

- un modèle de simulation offrant une définition neutre des objectifs de vente et permettant une meilleure négociation avec les concessionnaires,
- un extranet « My Business » permettant une consultation facile et en détails du volume des ventes et des parts de marché pour adapter les actions commerciales,
- des indicateurs de business pour sélectionner les meilleurs partenaires Škoda.