

Nous savons que de nombreux concessionnaires sont obligés de modifier leurs opérations quotidiennes en raison du COVID-19. Voici quelques idées qui peuvent vous aider à mieux soutenir vos clients et à augmenter vos revenus.

## 1 SOYEZ DISPONIBLE NUMÉRIQUEMENT POUR VOS CLIENTS

Jamais auparavant votre site Web et vos capacités numériques n'ont été aussi précieux. Avec la distanciation sociale, le moyen le plus sûr pour vos clients de faire affaire avec vous est en ligne ou par téléphone. Les dernières semaines étant plus difficiles pour plusieurs, il est normal que la plupart des gens ne songent pas présentement à s'acheter un nouveau véhicule. Toutefois, dans les semaines à venir, l'augmentation des transactions sur Internet pourraient vous permettre d'entrer en contact efficacement avec des clients nécessitant l'achat ou la réparation d'un véhicule.

**Site Web et vente au détail numérique :** que votre concession ou salle d'exposition soit ouverte ou non, alors que la plupart des citoyens pratiquent la distanciation sociale, il est important d'utiliser pleinement vos capacités numériques pour servir vos clients. Assurez-vous que votre site Web est à jour avec des informations utiles pour vos clients actuels et potentiels. La communication (par exemple, la fonctionnalité de clavardage) et les outils de vente au détail numériques peuvent être particulièrement utiles pour les clients en ce moment.

**Consultation numérique :** même avec des ressources utiles sur votre site Web, certains clients devront toujours discuter avec vous de leurs options spécifiques. Aidez votre client à découvrir ses besoins et conseillez-le sur ses options par téléphone, via une évaluation en ligne ou par clavardage. Créez un dossier sur votre bureau pour un accès rapide à vos brochures de produits en PDF, feuilles de renonciation, feuille de mise en évidence de produit, coupons de réduction, feuille de calcul, menu électronique et tout autre document auquel vous pourriez vous référer lorsque vous communiquez avec votre client. Identifiez clairement chaque document et envoyez-les par courriel avant ou pendant vos interactions.

**Vente par e-menu :** profitez de vos outils numériques. Personnalisez un forfait adapté aux besoins spécifiques de votre client à l'aide d'un outil de menu (nous en avons un excellent disponible gratuitement dans LGM HUB) avec des informations pertinentes sur les produits que vous pouvez envoyer par e-mail. Vous pouvez ensuite parcourir ces options par téléphone (y compris la vidéoconférence), discuter ou envoyer un e-mail et finaliser un montant de paiement en fonction des produits achetés.

## 2 PRÉSENTEZ LES PRODUITS ET SERVICES PERTINENTS POUR LES CLIENTS

Certains de vos clients peuvent rencontrer des difficultés en raison de la situation actuelle. Identifiez les produits et services qui peuvent aider votre client à obtenir un allègement financier, une assurance, etc. Lorsque vous présentez des produits pertinents, soyez empathique et compréhensif dans vos communications.

### FIER D'ÊTRE RESPONSABLE

**SecurAuto protection de prêt Essentiel** : est conçu pour être un filet de sécurité financière pour vos clients et leurs familles quand ils en ont le plus besoin. S'ils ne peuvent pas travailler, l'assurance couvre les pertes d'emplois liées à la COVID 19. L'assurance prend en charge les paiements du prêt (le solde du prêt ou l'équité négatives en cas de décès) et minimise toute obligation financière pour leur succession en cas de décès, d'invalidité, de maladie grave ou de perte d'emploi.

**Plan de paiement différé sans intérêt de LGM (PPDSI)** : le PPDSI offre un allègement financier pendant une période économiquement difficile, permettant un paiement initial de 0 \$ et un taux d'intérêt de 0%. De plus, LGM offre l'option de paiements différés pour les 60 premiers jours pour aider les clients à acheter des produits du bureau des services financiers.

**Références du service après-vente** : comme certains départements de service restent ouverts pour le moment, envisagez de mettre en place un système de référence avec des conseillers de service pour discuter avec vos clients de l'achat d'une protection supplémentaire par le biais de forfaits ou de remises spéciales.

### 3 CONVERTISSEZ-VOUS AU NUMÉRIQUE POUR LES OPÉRATIONS PRÉSENTES (ET FUTURES)

Bien que nous soyons dans une période sans précédent en ce moment, être forcé de regarder les transactions dans une perspective plus numérique pourrait vous aider à innover et à mieux vous positionner pour l'avenir.

**Utilisez vos données** : certains de vos clients recherchent peut-être une tranquillité d'esprit supplémentaire en ce moment. Identifiez les clients s'approchant de la fin de leur garantie d'origine en extrayant un rapport de votre système DMS. Pensez aux promotions appropriées et cherchez à voir où elles s'appliquent et tout intérêt qu'elles pourraient avoir. Un appel téléphonique pour voir comment ils vont pendant cette période et s'ils ont des questions peut être un moyen sensible et personnalisé de susciter l'intérêt, de s'engager et de susciter la fidélité du client auprès de votre concessionnaire.

**Analyse des services financiers** : tirez parti de votre fréquentation réduite en utilisant ce temps pour planifier stratégiquement l'avenir. LGM propose une analyse approfondie des services financiers avec des conseils personnalisés pour vous aider à identifier les opportunités, à augmenter l'indice de satisfaction client (CSI) et à augmenter le bénéfice par vente (PPR) de 20%.

**Former et créer** : assurez-vous que tous vos employés sont formés sur les systèmes qui, à terme, aideront à mieux soutenir les clients. Utilisez les ressources numériques à votre disposition pour vous assurer, vous ou vos employés, d'avoir les compétences nécessaires pour reprendre le travail une fois que les choses reprennent. LGM offre aux concessionnaires une plate-forme d'apprentissage en ligne complète et gratuite, comprenant un cours de vente consultative du Bureau des Services Financiers reconnu par l'industrie, un cours de connaissance de la vente au détail numérique, ainsi qu'un cours de communication fondé sur la recherche conçue pour aider à améliorer CSI.

**LGM s'engage à soutenir notre réseau de concessionnaires. Nous vous encourageons à contacter votre Directeur Spécialiste du Développement de Concessions LGM pour discuter des moyens de rendre votre bureau des services financiers plus productif et rentable pendant cette période sans précédent.**

## FIER D'ÊTRE RESPONSABLE