



AUTO DU BOULEVARD KIA 20 ANS D'ENGAGEMENT POUR LE SERVICE AUX CLIENTS



EN 2018, AUTO DU BOULEVARD KIA EST BON PREMIER, PARMI LES 188 CONCESSIONNAIRES KIA DU CANADA, POUR LA QUALITÉ DU SERVICE APRÈS-VENTE.

Marc Lessard célèbre cette année ses 20 ans avec KIA au Canada. Notre rencontre nous permet d'en savoir davantage sur ce qui le motive en affaires et pourquoi il réussit à si bien le transmettre à son équipe. Le président fondateur a une profonde affection pour les gens et n'offre aucun compromis à un niveau élevé de qualité de service qui se vit et se sent auprès de chacun de ses clients.

C'est en 1994, il y a 25 ans, que monsieur Marc Lessard ouvre son premier point de vente automobile. C'est à Beauceville qu'il fonde Automobiles du boulevard. Cinq ans plus tard, en 1999, il accueille au même endroit la franchise d'un nouveau venu au Canada : le constructeur sud-coréen Kia. Début 2000, il acquiert des terrains et des bâtisses adjacents afin d'agrandir ses installations alors que deux nouveaux modèles Kia arrivent sur le marché. Les limites des aménagements existants se font ensuite sentir, l'expansion est nécessaire, et on ne peut plus agrandir.



par YVES THIBAUT

AUTO DU BOULEVARD KIA EST SITUÉ AU 3260, ROUTE KENNEDY À NOTRE-DAME-DES-PINS.

2002. Le déménagement s'impose. La réflexion faisait son chemin. Marc Lessard est un homme engagé et proche de sa communauté. «Il fallait, stratégiquement, envisager un rapprochement vers Saint-Georges», commente monsieur Lessard, et de poursuivre en soulignant que de «quitter Beauceville fût une décision difficile... Notre-Dame-des-Pins devenait la solution pour balancer le cœur et la raison.» Un sixième modèle fait alors son entrée en scène.

2003. Le nombre de Kia en Beauce exige la construction d'un atelier plus spacieux pour l'entretien et la réparation, mais aussi pour rendre de meilleurs services aux clients. En 2006, une aire de service extérieure toiturée permet d'améliorer l'expérience client et un entrepôt est également construit à l'arrière. L'atelier de service est agrandi en 2012 alors que des investissements majeurs sont également nécessaires en 2018 pour se conformer à la nouvelle image Red Cube de Kia.

UNE CULTURE D'ENTREPRISE AXÉE SUR LES GENS ET LE SERVICE

Auto du boulevard KIA se situe actuellement parmi les leaders en termes de vente de véhicules neufs en Beauce. Carl Lessard, responsable du service à la clientèle : «il faut aussi souligner que nous avons été bon premier en 2018 parmi les 188 concessionnaires Kia du Canada pour la qualité du service après-vente.» Cette reconnaissance nationale prend notamment compte de l'accueil, l'ambiance, la courtoisie, la remise du véhicule au client et autres. Ce titre a d'ailleurs été raflé 10 fois au cours des 20 dernières années par le concessionnaire beauceron «Ça explique pourquoi la notion de service prend tant de place chez nous, ces reconnaissances nous poussent à poursuivre et à améliorer notre travail à cet égard», soutient le responsable du service à la clientèle.

Marc Lessard, président : «Chaque concessionnaire a ses trophées. Nous méritons les nôtres parce que notre culture d'entreprise est axée sur les gens et le service. Notre priorité

est nos clients. La mentalité de l'entreprise est de donner du service, ça s'applique à tous peu importe le poste occupé et ça commence par moi. On est en affaires pour y rester, c'est sûr, mais les solutions ici sont d'abord générées en fonction de la satisfaction du client, le coût est ensuite mis sur la table. Un dossier fermé l'est d'abord parce que le client est content. Il ne faut jamais laisser partir un client sans avoir d'abord tout essayé pour l'aider.»

TECHNOLOGIE ET VOITURES VERTES : UNE GESTION PROACTIVE

Aujourd'hui, de vingt-cinq à trente pour cent des visiteurs qui se présentent le fait suivant une consultation Internet. «L'Internet est une expérience non personnalisée, c'est lorsque le visiteur se présente sur place qu'il doit sentir la flamme et ce quelque chose de différent qui se passe chez nous», commente Carl Lessard. Le responsable du service à la clientèle précise qu'une voiture est bien sûr une émotion et une extension de la personnalité, et qu'au-delà d'un choix guidé par le budget, les besoins et les préférences, la qualité du service reçue est la plupart du temps ce que retient le client lors de son passage.

Quant aux voitures zéro ou à faibles émissions, elles bénéficient d'une technologie fiable et performante selon Carl Lessard. Il cite la Niro EV ayant une autonomie jusqu'à 385 km pour environ 50 000\$ moins les incitatifs gouvernementaux pouvant atteindre 13 000\$, un véhicule accessible à la classe moyenne qui se rapproche de la distance parcourue par les voitures haut de gamme. «Nos véhicules sont destinés à un large public et non pas seulement à l'élite ou pour répondre aux besoins comblés par les sous-compactes. Nous ne sommes pas les seuls à offrir ce type de produit en région, mais nous sommes avantagés par notre gamme de produits de catégories compacte, intermédiaire et multisegment.»



Auto du boulevard KIA a affecté un employé au programme de véhicules verts et d'autres membres de l'équipe sont actuellement en formation. Beaucoup d'énergie est mise sur ce programme. Carl Lessard nous confie qu'il y a de l'effervescence actuellement en Beauce pour ces produits et son équipe n'est pas en reste en outillages, équipements et connaissances technologiques pour rassurer le client dans son choix. Une Soul EV électrique de courtoisie est même disponible pour les clients.

UNE PRÉSENCE CONTINUE AUPRÈS DE SES GENS

Fidéliser la clientèle est un défi exigeant, mais relevé au quotidien dans l'entreprise. Carl Lessard, directeur du service à la clientèle : « nous y arrivons d'abord parce que nous y croyons... par exemple, un suivi courtois pour souligner l'anniversaire d'un client ou de l'achat de son véhicule est une marque d'attention à son égard, ça fait partie de notre philosophie de garder le contact avec les gens qui nous entourent. C'est aussi dans cet esprit que chaque matin nous savons qui va se pointer en atelier dans la journée. »

Assurer la présence de l'entreprise auprès des gens c'est aussi s'impliquer dans la communauté. Auto du boulevard Kia appuie la Fondation CAMBI qui permet, entre autres, la remise de défibrillateurs sur son territoire ; la Fondation du cœur Beauce-Etchemin ; la virée des sables KIA, un tournoi de volleyball de plage qui finance le Club civil de volleyball des Condors de Chaudière-Appalaches ; l'événement Foodtruck Rotary de Beauceville ainsi que plusieurs autres dons et commandites dans l'année.

C'est en ces termes que Marc Lessard, président-fondateur, conclut l'entrevue : « Chez Auto du boulevard KIA, notre meilleure publicité demeure notre service après-vente, c'est ce sur quoi on s'est bâti. Notre mission est d'offrir une expérience plus qu'agréable et la satisfaction du client est notre première motivation, c'est notre priorité et c'est ce qui nous stimule à en offrir toujours plus. Prendre soin de nos clients et des gens qui nous entourent. Vous savez, plus de la moitié de nos employés ont entre 15 et 20 ans d'ancienneté, et ça fait 20 ans qu'on existe. C'est simple, une entreprise en santé a plus de facilité à conserver ses employés. Une entreprise en santé génère aussi des sourires chaque matin, midi et soir... un sourire sincère c'est attachant, ça fait vraiment plaisir et c'est pourquoi il est toujours bon de se revoir. »

