

Développement, formation, digital : BestDrive s'enflamme en 2018 !

vendredi, 09 mars 2018

Avec Jean-Marc Assael à sa tête en tant que nouveau directeur général, l'enseigne d'entretien auto et de pneumatique BestDrive, filiale de Continental, entend marquer 2018 de son empreinte avec l'ouverture de son centre de formation sur le site du CERAM, le recrutement de franchisés, la digitalisation de l'accueil-client et le lancement d'un site commerçant BtoC, permettant aux clients d'acheter leurs pneus en ligne et de les faire monter dans le centre le plus proche de chez eux en 2 heures chrono !



Jean-Marc Assael, nouveau directeur général de BestDrive, à quelques minutes du coup d'envoi du match opposant l'équipe que sponsorise l'enseigne depuis 2016, le PSG Handball, à Montpellier Handball, le 1er mars dernier.

Alors que 2016 et 2017 furent pour BestDrive deux années de développement intégré, de visibilité et de montée en notoriété, à coups de spots publicitaires télévisés et de partenariats sportifs, avec le PSG Handball, notamment, 2018 s'annonce encore plus chaude pour l'enseigne de réparation et de pneumatique du groupe Continental. Avec 230 points de vente et 2 000 salariés en France, ce qui

représente déjà le tiers du personnel qu'emploie l'enseigne en Europe, alors qu'elle n'a été lancée dans l'Hexagone [qu'en 2015](#), BestDrive et son nouveau directeur général, [Jean-Marc Assael](#), passent la vitesse supérieure cette année.

Un centre de formation BestDrive au Ceram !

En effet, celui qui a succédé dans ses fonctions à Serge Bonnel, en décembre dernier, s'est fixé trois défis majeurs à relever. D'abord, le challenge de la qualité de service, « *en recrutant les meilleurs à chaque poste et en insistant sur leur formation* », selon le DG. Ainsi, profitant de sa collaboration pérenne avec l'ANFA et son expérience propre en matière de formation auprès de ses collaborateurs, BestDrive va ouvrir dès ce printemps son centre de formation, un bâtiment de 330 m² construit dans l'enceinte même du CERAM de Mortefontaine (Oise, 60), fameux centre d'essais de l'UTAC.

Les formations techniques les plus pointues pratiquées dans le réseau y seront prodiguées, dans des conditions de travail réelles, évidemment. Les cours seront assurés en partie par les salariés les plus expérimentés, qui témoigneront de leur savoir-faire et de leur expérience auprès de leurs collègues. « *Nous voulons également faire en sorte que nos collaborateurs soient le reflet de la société qui nous entoure, dans toute sa diversité* », affirme Jean-Marc Assael. Aussi BestDrive mise-t-il sur l'alternance comme biais de recrutement.

Collaborateurs divers et franchisés engagés recherchés

Depuis 2015, en effet, le nombre d'alternants double chaque année dans le réseau, passant de 25 en 2015 à plus de 100 en 2017. En 2018, plus de 160 étudiants doivent intégrer le réseau en alternance pour y apprendre des métiers techniques, comme opérateurs tourisme, poids lourds ou agricoles, et des métiers commerciaux, comme chargé d'accueil ou chargé de clientèle. Et qui dit diversité dit aussi emploi des personnes en situation de handicap, que BestDrive continue d'intégrer au travers à son réseau au travers d'une politique dédiée.

Outre le recrutement d'employés, l'enseigne d'origine allemande vise également le recrutement... d'entrepreneurs ! Comme annoncé [en décembre](#), BestDrive entend se développer en franchise et attirer des chefs d'entreprise venus de l'extérieur mais aussi de son propre réseau.

« *Qu'y a-t-il de mieux que de sécuriser notre business avec des dirigeants issus de nos rangs, qui connaissent le métier et notre façon de fonctionner ?* » s'interroge Jean-Marc Assael. Sur ce point, nous ne saurions lui donner tort tant la plupart des franchises auto, qui se retrouveront en nombre sur [Franchise Expo Paris](#) à la fin du mois de mars, accordent une importance particulière à ce type de développement issu de l'interne. De quoi atteindre dans un délai plus court l'objectif de 350 à 400 points de vente que la tête de réseau estime nécessaire pour couvrir efficacement l'Hexagone.

Digitaliser l'accueil

Troisième et dernier défi auquel BestDrive devra répondre en 2018, selon son directeur général, c'est celui du digital. Et de la digitalisation des services, d'abord. « *Nous voulons mettre dans les mains de nos techniciens les outils qu'ils utilisent par ailleurs dans leur environnement, dans leur vie personnelle*, explique Jean-Marc Assael. *Déjà 90 agences BestDrive pratiquent le diagnostic et la réception active à*

l'aide de tablettes tactiles : d'ici fin mai prochain, nous ambitionnons d'équiper nos 230 centres, et de permettre ainsi à nos clients de suivre l'avancement du diag et de la réparation de leur véhicule en temps réel. »

C'est le projet *Digital Branch* défini par BestDrive. Les tablettes permettront en effet d'établir la fiche de diagnostic, en communiquant directement avec le comptoir de réception, de rédiger l'ordre de travail en fonction des prestations choisies par le client, d'intégrer les pièces détachées nécessaires en scannant les codes-barres de chacune d'elles et d'assurer une communication en temps réel entre l'atelier et l'accueil. Ce qui se pratique déjà dans d'autres réseaux sera donc bientôt disponible dans l'ensemble des centres BestDrive de France.

Du web au centre BestDrive

Enfin, en 2018, BestDrive lancera aussi son site commerçant BtoC, c'est-à-dire dédié à ses clients particuliers. Prévu pour la fin du premier semestre, celui-ci permettra, en mode Click & Mortar^(*), aux clients d'acheter leurs pneumatiques en ligne directement sur le site BestDrive et de les faire monter dans le centre le plus proche de chez eux ou de leur lieu de travail.

« Nous voulons faire en sorte que la prestations puisse être réalisée le plus vite possible, et que les clients obtiennent un rendez-vous et amener leur véhicule au centre en 2 heures maximum », souligne Jean-Marc Assael. Un objectif très ambitieux mais qui témoigne de la confiance qu'à BestDrive dans ses moyens humains, techniques et commerciaux.

^(*) *Se dit d'une entreprise traditionnelle, le plus souvent du secteur de la distribution, ayant ajouté des activités en ligne (click) à son modèle classique (mortar).*



Grâce à son site web commerçant, qui sera lancé à la fin du premier semestre 2018, BestDrive entend proposer à ses clients particuliers des rendez-vous et le montage de leurs pneus en 2 heures.

© Apres-Vente-Auto.com © Reproduction interdite