



23 août 2016

Nouvelle gamme de produits et de services Scania : optimiser la rentabilité des clients avant tout

- Dans le cadre du projet le plus ambitieux du secteur, 1 500 professionnels de la vente ont été formés afin d'aider les clients à découvrir un ensemble optimisé de produits et de services reposant entièrement sur les besoins des utilisateurs en fonction de leurs activités uniques
- Les véhicules connectés et spécifiés de manière optimale sont au cœur de la stratégie de Scania qui vise à offrir des conditions idéales pour une rentabilité durable et une fiabilité optimale des véhicules de ses clients
- De nouveaux outils d'aide à la vente fournissent à tous types de clients un accès à l'expertise de Scania qui permet une gestion efficace du véhicule tout au long de son cycle de vie

Le lancement de la nouvelle gamme de camions Scania marque également les débuts de l'approche la plus aboutie et la plus optimisée du secteur qui vise à proposer des solutions élaborées sur mesure pour chaque client via des produits et des services destinés à des missions de transport spécifiques.

« Avec le lancement de notre nouvelle gamme de camions, nous proposons à nos clients une sélection plus vaste de nouvelles performances et de nouveaux services, tout en dotant nos commerciaux des outils d'aide à la vente les plus perfectionnés du secteur », déclare Christopher Podgorski, vice-président sénior mondial de l'activité Sales and Marketing chez Scania Trucks. « Avec l'aide de notre gamme complète de produits et de services, nous personnalisons des solutions optimales qui maximisent la rentabilité de chaque type de client. »

Chaque véhicule est une unité de production. Plus elle est adaptée à sa mission unique et plus elle est soutenue par des services personnalisés, plus le transporteur est susceptible de profiter d'un retour sur investissement rapide. Les finances des transporteurs sont régies par différents facteurs. Certains sont relativement simples à maîtriser. D'autres sont influencés par des conditions qui leur échappent ou sont si complexes par nature que les conséquences peuvent être difficiles à identifier et à gérer pour un individu.

« De nombreux transporteurs se focalisent encore uniquement sur les coûts, les plus évidents étant le coût d'achat du véhicule et certains frais variables

tels que le carburant, ainsi que la certitude que les immobilisations sont défavorables », explique Christopher Podgorski, vice-président sénior mondial de Scania Trucks. « Or, avec cette approche, vous pouvez passer à côté du fait que les gains potentiels, qui sont largement déterminés par l'optimisation du véhicule en fonction de son usage, ont également une incidence majeure sur vos résultats négatifs ou positifs au fil du temps. Une spécification et une maintenance appropriées contribuent à la disponibilité du véhicule et à son bon fonctionnement en toutes circonstances. Les autres services que vous pouvez connecter au véhicule ont également une incidence positive sur ces facteurs. »



Avec le lancement de sa nouvelle génération de camions, Scania s'attèle également à optimiser son offre en fonction de chaque client. En accordant une attention particulière à la spécification du véhicule et en lui adjoignant des services issus du vaste écosystème Scania, chaque client bénéficie des conditions uniques lui permettant de faire un investissement rentable.

Le point de départ de Scania est le gain de productivité. La différence entre le gain de productivité et le traditionnel coût de détention qui ne tient compte que des coûts est que la partie « revenus » des finances du transporteur pèse également dans la balance. La méthode de calcul d'une mission de transport (au poids, au temps passé, à la distance parcourue, etc.) est un bon exemple de facteur dont il faut tenir compte lors de la spécification du véhicule et des services connexes.

Scania a fait appel à toute son expérience concernant les camions, l'optimisation des solutions de transport, les conditions du secteur et les besoins réels des clients pour développer son nouveau système d'aide à la vente. Cette boîte à outils est le résultat de plusieurs années de travail au cours desquelles la société a compilé, analysé et consolidé ses connaissances, ses informations et les besoins des clients concernant le secteur mondial multi-facettes du transport et des véhicules associés.

« La base de notre réflexion a bien sûr été le fantastique savoir-faire de Scania en matière de camions, notre système modulaire et les données collectées auprès de milliers de véhicules en conditions réelles pendant plus de dix ans », expose Christopher Podgorski. « Nous y avons ajouté les connaissances acquises grâce à des études du secteur, des entretiens avec les clients et des ateliers commerciaux, dans le cadre d'un dialogue étroit avec nos clients existants. Le résultat est une boîte à outils Scania unique qui offre à nos commerciaux, quel que soit le type de marché ou de client, un accès à notre expertise qui leur permet de proposer non seulement un camion, mais également une solution personnalisée qui, en s'appuyant sur les besoins uniques de chaque client, peut être parfaitement rentable. Nous savons que les transporteurs subissent des pressions de toutes parts. Par conséquent, la réponse de Scania est d'en faire encore plus pour leur offrir une solution parfaitement adaptée. »



Les solutions de Scania intègrent toute l'expertise de la société en matière de camions et de solutions de transport diverses, ainsi que de leurs caractéristiques spécifiques. En se concentrant sur les besoins uniques de chaque client et en se basant sur les expériences, les données de fonctionnement et le savoir-faire commercial de la marque, les solutions Scania offrent une valeur ajoutée concrète qui profite au client.

Une solution unique ne peut pas être adaptée à tous les cas de figure

De nos jours, dans l'univers hautement concurrentiel des transports, on peut difficilement surestimer l'importance de l'aptitude à concevoir un véhicule entièrement optimisé et à soutenir son acquisition et son utilisation au moyen de services tels que le financement, les contrats de services et les services de gestion de parc. Scania a été l'un des pionniers de la connexion des camions dans le but d'optimiser, entre autres choses, leur utilisation et leur disponibilité. Actuellement, plus de 200 000 camions Scania en exploitation sont connectés sur le marché européen.

« L'offre que Scania lance aujourd'hui va offrir à tous nos clients un meilleur support et une occasion inédite d'obtenir de leurs camions un retour sur

investissement maximum », se réjouit Christopher Podgorski. « Notre gamme de produits et de services connexes, associée aux outils dont nous disposons pour aider nos clients, représente une étape de développement majeur au sein de notre secteur. Désormais, Scania est encore plus à même d'apporter son soutien à ses clients dans le seul secteur qui compte vraiment pour eux : le leur. »

Pour plus d'informations, veuillez contacter :

Örjan Åslund, Responsable de la division Product Affairs, Scania Trucks, tél.
+46 (0) 70 289 83 78,
e-mail : orjan.aslund@scania.com