

FIGAS Business Management travaille pour plus de dix marques automobiles

La meilleure qualité de données possible

La plupart des fabricants automobiles exigent de leurs partenaires de distribution des analyses et des comparaisons inter-entreprises des chiffres économiques et financiers. D'où l'existence du Business Management. Les organismes importateurs s'en servent comme d'un baromètre du rendement et de la capacité financière de leurs partenaires de distribution. Les concessionnaires peuvent utiliser cette analyse pour se comparer directement à leurs collègues du secteur. Toni von Dach, FIGAS

■ Les grands fabricants automobiles pratiquent le Business Management depuis des décennies. La vente d'automobiles a de tout temps été une activité à forte intensité de capital présentant des risques importants dans le domaine des voitures d'occasion, de l'entreposage de véhicules et pièces détachées, et même aujourd'hui dans le commerce de voitures neuves. Les fabricants veulent des renseignements sur l'évolution des affaires et la santé financière de leurs partenaires de distribution.

Traitement manuel des données

Autrefois, les importateurs recrutait des équipes de Business Managers. Ces derniers se rendaient chez les concessionnaires et traitaient manuellement les données, qui étaient ensuite saisies dans un ordinateur central. Puis le concessionnaire recevait son analyse et la comparaison inter-entreprises. Par la suite, de grandes entreprises de traitement des données ont développé, en Angleterre notamment, des systèmes d'automatisation du traitement. A partir de là, les fabricants automobiles ont pu faire analyser tous les pays européens par un seul système, sonnant ainsi le glas de nombreuses équipes de business management au sein des différentes marques.

Les débuts de FIGAS Business Management

Chez FIGAS, le Business Management a vu le jour il y a environ vingt ans. Au cours d'une première phase, les importateurs ont confié cette tâche à un prestataire de services dans les différents pays. Aujourd'hui, les systèmes utilisent largement l'accès au web. Tous les concessionnaires européens d'une marque automobile envoient leurs données à un serveur central par le même portail. Seuls quelques importateurs passent par le système interne de FIGAS pour leur Business Management, ce qui demande certes beaucoup de travail, mais garantit en contrepartie un niveau qualitatif élevé des données.



Grâce à FIGAS, le garagiste ne perd jamais de vue les performances effectives de l'activité automobile pure

Avec les systèmes internationaux basés sur Internet, la tâche de FIGAS consiste actuellement à aider les concessionnaires suisses à utiliser seuls les programmes complexes de saisie des données afin d'obtenir la meilleure qualité de données possible. Après la saisie de ses données, le concessionnaire peut immédiatement télécharger un rapport financier individuel. Le rapport comparatif n'est généré qu'après la date de clôture définie, une fois que les données ont été vérifiées par FIGAS et transmises au système central après validation.

Les performances effectives de l'activité automobile pure

Sur le marché automobile, l'analyse s'effectue par le calcul classique des marges sur coût variable des divisions vente (voitures neuves et d'occasion), atelier (vente du travail de mécanicien), pièces détachées et accessoires, ainsi que dépenses et recettes neutres et non nécessaires à l'exploitation.

Le calcul est effectué jusqu'à la marge II. Les coûts indirects tels que le loyer, les frais de gestion, etc., qui ne peuvent être affectés à une division, restent dans le poste de dépenses central. Seule une minorité de concessionnaires exploite d'autres activités

commerciales telles que station-service/shop, tunnel de lavage ou autres prestations de services. Ces dernières sont saisies dans le domaine « autres activités/non nécessaire à l'exploitation ». Ainsi, le résultat d'exploitation calculé révèle partout les performances effectives d'activité automobile pure et peut être comparé entre les concessionnaires. Cette analyse permet ainsi à l'entreprise d'établir si les seules activités de son garage lui rapportent déjà de l'argent. Malheureusement, cela n'est pas le cas partout.

Des comparaisons à l'intérieur de la branche facilitées

En guise d'information supplémentaire, un indice de référence peut être calculé dans les rapports. La marque automobile fait calculer le groupe des meilleurs résultats, composé du tiers ou du quart des meilleurs participants. Grâce à l'indice de référence, l'entreprise détermine ce qui lui a manqué pour se classer parmi les meilleurs, à moins qu'elle n'en fasse déjà partie.

A partir de toutes les activités de Business Management et d'autres analyses des données clients, FIGAS établit chaque année le Reflet de la branche automobile suisse et trois fois par an le FIGAS TrendFocus. <