

AutoMédia

Témoign de l'industrie automobile

automedica.ca

Avril – Mai 2021 – 3,95 \$

ÉDITION SPÉCIALE PROS DE L'AUTO

LES SUPER HÉROS DE L'AUTO



DOSSIER FORMATION F&A

EN QUÊTE DE CANDIDATS
PASSIONNÉS... BIEN FORMÉS

+ SERVICE FINANCIER AU FÉMININ

+ BONNES PRATIQUES
L'ESSENTIELLE CAROTTE
AU BOUT DU BÂTON



STATISTIQUES

TOUTES LES VENTES
DE VÉHICULES NEUFS AU PREMIER TRIMESTRE



Taux concurrentiels et solutions numériques innovatrices pour répondre aux besoins de vos clients.



Avec notre service exceptionnel, nos produits de prêt spécialisé, à taux préférentiel et à taux quasi préférentiel ainsi que nos solutions numériques innovatrices, Financement auto TD est là pour vous aider à répondre aux besoins de vos clients et à faire croître votre chiffre d'affaire.

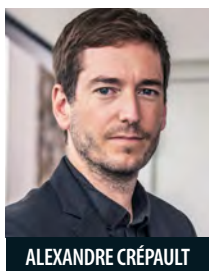
AuVolant^{MC} TD, notre appli sans égal sur le marché, vous met en contact avec les clients peu importe où ils sont, n'importe quand et vous offre plus de pistes sans frais supplémentaires. Nos équipes de crédit et de ventes spécialisées à l'échelle du Canada sont prêtes à vous aider à structurer des solutions financières pour presque chaque situation.

**Communiquez avec nous dès aujourd'hui.
1-855-TDAUTO1 (1-855-832-8861)**



EN PASSANT...

PROJECTEURS SUR LES PROS DE L'AUTO!



ALEXANDRE CRÉPAUX

S'il y a bien un sujet qui ressort des nombreuses conversations que mon équipe et moi avons régulièrement avec vous, les concessionnaires, c'est que votre capital humain est à l'épicentre de votre succès.

Si je demande à dix concessionnaires ce qui constitue leur plus grand atout, neuf d'entre eux vont me répondre: « Mon équipe! »

Le dixième finira lui aussi par l'admettre. C'est juste que là, sur le coup, il pensait surtout à sa prochaine partie de pêche avec les chums...

L'importance des professionnels de l'industrie automobile – chez *AutoMédia*, nous les appelons Les Pros de l'Auto – n'est pas à démontrer. J'irais même jusqu'à dire que vos conseillers aux ventes, vos conseillers techniques, vos techniciens, votre réceptionniste et tous les autres maillons de la chaîne sont au moins aussi importants que le produit lui-même. Ce dernier ne trouvera jamais son chemin jusqu'à la maison de votre client sans leur intervention.

Pourtant, on entend toujours parler des véhicules, des nouveautés, du dernier cri en matière de technologie mais trop rarement des humains qui expliquent, vulgarisent, réparent et préparent tous ces beaux produits.

Bien sûr, on entend parler des stars de l'industrie. Quand on mentionne Tesla, on évoque le génial et excentrique Elon Musk. Quand on jase de design, des noms fameux comme ceux d'Ian Callum et de Karim Habib émaillent la conversation.

Mais les autres ?

Dans une récente pub à la télé pour le compte de la FTQ, on peut voir la comédienne Guylaine Tremblay vanter les mérites de toutes les personnes qui, en coulisse, rendent ses performances artistiques visibles et même étincelantes. Elle les appelle les travailleurs de l'ombre. Cette actrice leur rend un vibrant hommage en expliquant que « les rôles de soutien sont les vraies vedettes ».

Nous voulons également déplacer les projecteurs sur tous ces gens qui, chaque jour dans l'industrie automobile, sont « au cœur de l'action ». *AutoMédia* et www.automedia.ca, votre magazine et votre site Web, salueront désormais aussi souvent que possible Les Pros de l'Auto.

Nous en avons déjà pris la bonne habitude par le passé, mais aujourd'hui, dans plusieurs pages du présent numéro, nous amenons la reconnaissance à un autre niveau. Et nous continuerons à le faire sans arrêt.

Nous vous encourageons à nous faire connaître vos Pros de l'Auto. Écrivez-moi, confiez-moi votre témoignage au sujet d'un membre de votre personnel qui fait chaque jour une différence au cœur de votre entreprise. Au cœur de votre succès. ● ● ●

www.automedia.ca

• alex@automedia.ca

• info@automedia.ca



Suivez-nous sur Facebook et Twitter!

AutoMédia

Témoignage de l'industrie automobile

Volume 9, n° 6, avril – mai 2021

LES PROS DE L'AUTO



DANY BERNARD	
LA FORCE D'UNE COMMUNAUTÉ	11
SERVICE FINANCIER AU FÉMININ	12
BONNE PRATIQUE	
L'ESSENTIELLE CAROTTE AU BOUT DU BÂTON	14
LE MATCH PARFAIT	
PROGRAMME DE RENCONTRE POUR L'INDUSTRIE AUTOMOBILE	16

BANQUE ET CRÉDIT	
FINANCEMENT AUTO TD	
POURSAIT SA CROISSANCE AU QUÉBEC	18
VOUS TROUVEZ QUE L'ÉDUCATION COÛTE CHER? ESSAYEZ L'IGNORANCE!	19

DOSSIER F&A

EN QUÊTE DE DIRECTEURS ET DIRECTRICES FINANCIERS PASSIONNÉS... ET BIEN FORMÉS

23



CHRONIQUES

4 AU TEMPS JADIS
5 AINSI PENSE ANTOINE
6 SUR LA ROUTE
26 CHIFFRES DÉCHIFFRÉS

CITROËN

FRANÇOIS CASTAING

RÉINVENTE LA 2CV AVEC LA CCV

La Citroën 2CV a marqué l'imaginaire de François Castaing. Lui est né à Marseille en mars 1945. Elle est lancée à Paris en octobre 1948. Comme bien des Français, son père en achète une en 1957. Six ans plus tard, il la remplace par une seconde et donne l'ancienne à François.

« À l'époque, avoir une auto était une bénédiction et l'essence coûtait si cher », se rappelle-t-il. Fasciné par l'efficacité de sa conception, lorsqu'il en a la chance, il la réinvente. Ainsi naît la CCV, sujet du livre *The China Car* qu'il a écrit.

Après avoir travaillé chez Gordini et Renault, puis AMC, l'ingénieur français se joint à Chrysler en 1987. À cette époque, la Chine s'ouvre au monde et l'Inde se développe massivement; deux marchés émergents qui titillent le numéro 3 américain. Castaing, lui, pense plutôt aux ruraux de ces deux pays, qui profiteraient d'un véhicule abordable et efficace. Il lance alors le projet R2CV: la *Reimagined 2CV*.

Pour le concrétiser, son équipe adopte de nouveaux paradigmes. Par exemple, pour simplifier la construction de la carrosserie et la rendre ultralégère, on remplace l'acier par le polyéthylène téréphtalate. Peu coûteux et recyclable, ce polymère permet de mouler la carrosserie en quatre sections seulement, avec la couleur dans la masse, pour ensuite les boulonner sur un châssis à longévité.

Avec un style rétro signé Bryan Nesbitt, auteur des futures Chrysler PT Cruiser et Chevrolet

HHR, la R2CV ne pèse que 544 kilos, dont 95 pour la carrosserie. Sa conception requiert quatre fois moins de pièces et elle s'assemble trois fois plus vite qu'une Dodge Neon. Son bicylindre de 25 chevaux, enfin, se contente de 4,6L/100 km et on envisage un prix à l'unité d'environ 2000\$ US avant taxes!

En mai 1996, elle devient la *China Concept Vehicle* pour une tournée commerciale en Chine dont les retombées seront mitigées. En Inde, peu après, la CCV suscite plus d'intérêt. Puis, en septembre 1997, au Salon de Francfort, elle devient la *Composite Concept Vehicle*, car là on vante sa carrosserie novatrice. On évoque aussi un prix de 6000\$ US, bévée sans lendemain puisqu'un changement majeur se trame.

Castaing ignore qu'après ce dévoilement pour la presse, les patrons de Chrysler et de Daimler-Benz se rencontrent pour parler fusion, celle qui engendre DaimlerChrysler en mai 1998. Ce nouveau géant est rapidement dominé par sa composante allemande, qui s'approprie le développement des marchés émergents dès 1999. Cette année-là, un «petit directeur» de Stuttgart ose même attribuer l'origine de la CCV à la... Coccinelle! Le projet est abandonné.

François Castaing quitte DaimlerChrysler l'année suivante. Après quelques décennies consacrées aux constructeurs, ce vétéran s'im-



La Citroën 2 CV a inspiré la CCV à François Castaing.



La CCV entourée des dirigeants de Chrysler: **Bob Lutz**, directeur de l'exploitation, **François Castaing**, directeur de l'ingénierie, **Bob Eaton**, président-directeur général, et **Tom Gale**, directeur du design.



François Castaing a été intronisé au Temple de la renommée de l'industrie automobile américaine le 12 octobre 2010. On le voit ici avec sa conjointe Marlies.

En septembre 1997, la *China Concept Vehicle* devient la *Composite Concept Vehicle* pour son dévoilement public au Salon de Francfort.



plique dans des entreprises de haute technologie et des programmes de formation pour les jeunes.

Il est intronisé au Temple de la renommée de l'industrie automobile américaine le 12 octobre 2010. En acceptant cette reconnaissance, il lance: «Nous n'avons rien réinventé. Nous nous sommes simplement inspirés de ceux qui nous ont précédés.» ● ● ● ●

AutoMédia

MEDIAGO COMMUNICATIONS INC.
CP 930, Coteau-du-Lac (QC) J0P 1B0
Tél.: 450 308-0740

RÉDACTION

Rédacteur en chef

Alexandre Crépault • alex@automediamedia.ca

Collaborateurs

Daniel Breton, Francis Brière, Elizabeth Caron, Benoit Charette, Louis-Philippe Dubé, Pamela Egan, Luc Gagné, Claudine Hébert, Antoine Joubert, Paul-Robert Raymond

Révisseur

Johanne Hamel

Secrétaire de rédaction

Nadine Filion

GRAPHISME

Magdeleine Rondeau

mag@automediamedia.ca • 438 491-3138

VENTES ET FACTURATION

L'équipe d'AutoMédia

Michel au 514 944-2886

pub@automediamedia.ca

IMPRESSION & TRI POSTAL

Communimédia inc.

ABONNEMENT

Viviane Proulx: info@automediamedia.ca

Abonnement annuel (10 numéros):

33 \$ (taxes incluses) – Prix par numéro: 3,95 \$

Nouvelle adresse ou changement: envoyez vos anciennes et nouvelles coordonnées à info@automediamedia.ca.

DIRECTION

Éditeur

Michel Crépault

michel@automediamedia.ca

450 308-0740

AutoMédia, publié 10 fois par année, est distribué à 4 300 exemplaires aux membres et aux non-membres de la Corporation des concessionnaires d'automobiles du Québec (CCAQ), aux membres de l'Association des marchands de véhicules d'occasion du Québec (AMVOQ), ainsi qu'aux personnes et entreprises ayant des liens avec l'industrie automobile.

Pour citer ou reproduire le contenu d'AutoMédia, prière d'en obtenir l'autorisation auprès de l'éditeur à info@automediamedia.ca.

Dépôt légal: Bibliothèque nationale du Québec et du Canada, 2021, ISSN 1929-3623



FRANÇOIS BONNEVILLE OU L'AMOUR DE L'ESTHÉTIQUE AUTOMOBILE

Tous les agents immobiliers vous le diront. Les propriétés qui se vendent le mieux sont clairement celles qui sont jugées clé en main. Où rien n'est à faire.

Où le coup d'œil est sensationnel, bien que le prix soit ajusté en conséquence.

Pourtant, il semble que l'industrie automobile prenne une tout autre tangente.

En effet, le marché des véhicules d'occasion se livre une féroce guerre des prix. L'idée est donc d'afficher le plus bas prix possible pour un véhicule, même si la condition est loin d'être parfaite, pour attirer le client et le convaincre une fois sur place. Une situation qui s'explique peut-être par la quantité considérable de comparables pour un même produit et par le classement des annonces en ligne, mais aussi parce qu'une vaste majorité de concessionnaires et de commerçants ne mettent pas les efforts nécessaires pour que leurs véhicules d'occasion se démarquent esthétiquement des autres.

Évidemment, demandez l'opinion de la plupart des acheteurs, et ils vous répondront toujours qu'ils veulent un véhicule dans le meilleur état esthétique possible. Ils vous mentionneront même qu'ils sont prêts à déboursier davantage pour un véhicule impeccable, surtout si ledit véhicule peut pratiquement passer pour un neuf.

C'est donc avec l'idée d'éduquer l'industrie sur cet aspect que François Bonneville, technicien formateur en esthétique automobile, transmet sa passion du domaine à ses étudiants. Ce sont plus de 6000 personnes qui ont jusqu'à maintenant suivi une ou plusieurs formations en esthétique automobile dans ses locaux, soigneusement aménagés afin de faire voir le métier sous son plus beau jour. Et de ce nombre, on trouve de plus en plus de femmes chaque année.

Ayant débuté dans la profession en 1988 alors que la majorité des voitures étaient peintes d'un émail acrylique sans verni, François a pu suivre l'évolution de l'industrie et des technologies visant toujours à obtenir ce qu'il baptise «l'effet wow». C'est sa véritable paye, dit-il en faisant référence à la clientèle toujours impressionnée par le résultat des travaux d'esthétique qu'il effectue sur un véhicule.

Cela dit, François prouve également par son expertise et le sérieux de son approche que l'esthétique automobile peut être un domaine aussi passionnant que lucratif. Il s'explique donc mal que ce service dans une concession ne soit que rarement valorisé, autant au chapitre



Le rêve de François Bonneville est que le domaine de l'esthétique automobile soit aussi sérieusement considéré que le service des pièces, de mécanique et de carrosserie. Qu'une éducation soit faite autant auprès des commerçants qu'auprès de la clientèle sur la valeur ajoutée d'un véhicule esthétiquement «sur la coche».

de l'investissement et des ventes de produits et services qu'à celui de l'embauche d'employés qualifiés. Après tout, si un client est prêt à déboursier entre 2000\$ et 3000\$ en réparations mécaniques, ne serait-il pas enclin à déboursier ne serait-ce que 10% de cette somme pour un service d'esthétique? Or, au lieu de ça, plusieurs ne se contentent que d'offrir gratuitement un lavage, souvent effectué par des gens non qualifiés et rémunérés en conséquence.

Cela expliquerait donc, selon M. Bonneville, que les gens qui travaillent dans ce département des concessionnaires perdent leur motivation. Qu'ils quittent leur emploi après quelques mois ou, même, le domaine. Or, ceux qui à l'inverse sont valorisés par leur employeur, tant sur le plan du salaire que sur le plan des conditions de travail, y demeurent.

Plusieurs retournent même en formation pour suivre l'évolution ou apprendre différentes techniques accessoires permettant au final d'offrir un meilleur service et des ventes supplémentaires.

Le rêve de François, qui livre toujours un témoignage fort en émotion lorsqu'il évoque son métier, est donc que le domaine de l'esthétique automobile soit aussi sérieusement considéré que le service des pièces, de mécanique et de carrosserie. Qu'une éducation soit faite autant auprès des commerçants qu'auprès de la clientèle sur la valeur ajoutée d'un véhicule esthétiquement «sur la coche». Après tout, un véhicule en parfaite condition qui est mis en vente élimine toute forme d'argumentaire ou d'éléments de négociation à son sujet, donnant de surcroît l'impression d'un neuf. Puis, inutile de vous dire qu'il se démarque, s'accompagnant même d'une plus grande facilité d'entretien.

Et si, malgré tous ces arguments, vous n'êtes toujours pas convaincu, passez voir M. Bonneville à son centre de formation. Croyez-moi, cette visite aura sur vous un tel effet que vous souhaiterez sur-le-champ lui apporter votre propre voiture. Ce que j'ai fait, bien évidemment... ●●●

Nissan Thetford change de propriétaire



Depuis le 1^{er} avril, la concession Nissan Thetford ne fait plus partie du groupe Le Prix du gros. Le commerce est devenu la propriété du concessionnaire Steve Poulin, qui détient également la concession Honda Thetford. «La direction du groupe m'a demandé si j'étais intéressé à acheter cette concession, qui réalise environ 550 ventes de véhicules neufs et d'occasion par année. J'ai dit oui», explique Steve Poulin.

Meilleur service à la clientèle Un 24^e sacre national pour Villeneuve Volvo

Si votre concession éprouve le besoin d'améliorer son service à la clientèle, une petite suggestion: allez magasiner un véhicule chez Villeneuve Volvo, à Matane.

Ce concessionnaire de la marque de véhicules suédoise a remporté, pour une 24^e fois de son histoire, le titre de « Meilleur service à la clientèle au pays » pour l'année 2020. «Nous avons, une fois de plus, devancé les 37 autres concessions Volvo d'un bout à l'autre du pays», soulève, tout souriant, Jean-Martin Villeneuve, directeur général de la concession matanaise. Soulignons que le concessionnaire Volvo, situé le plus à l'est de la province de Québec, a déjà remporté ce prix à l'échelle de l'Amérique du Nord en 2015.

Pour l'anecdote, le constructeur Volvo a déjà mentionné à Jean-Martin Villeneuve



que Matane était la première ville au monde (à l'extérieur de la Suède, bien entendu) où l'on compte le plus grand nombre de propriétaires de véhicules Volvo par habitant.



Lachute Subaru perd son propriétaire Réjean Pilon

L'industrie automobile du secteur des Basses-Laurentides vient de perdre un de ses précieux piliers. Réjean Pilon, propriétaire de Lachute Subaru depuis plus de 40 ans, est décédé le 19 mars dernier à la suite de complications liées à la COVID-19.

«Tout le monde à Lachute est sous le choc. Réjean était un homme d'affaires extrêmement impliqué dans la communauté. Il était toujours prêt à aider son prochain», soutient, abasourdie, Marie-Josée Lapierre, directrice générale de la Chambre de commerce et d'industrie Argenteuil.

Ironie du sort, dit-elle, le concessionnaire Subaru de Lachute, qui affichait la grande forme, avait justement été un des premiers commerçants à donner un coup de main lors du début de la pandémie en mars 2020. «Il avait prêté des véhicules à une épicerie locale pour la livraison à domicile», raconte Mme Lapierre.

L'équipe d'AutoMédia souhaite ses plus sincères sympathies à la famille de Réjean Pilon ainsi qu'aux employés de la concession Lachute Subaru.

Déménagement en vue pour Drummondville Ford et Drummondville Volkswagen

Le concessionnaire Toyota de Drummondville ne sera plus la seule concession de véhicules neufs à bénéficier d'une adresse accolée à l'autoroute 20. Drummondville Ford et Drummondville Volkswagen auront, elles aussi, ce privilège dès l'automne 2022.

L'équipe de Drummondville Ford, en déménageant l'actuelle concession, espère doubler le volume de ventes de ses véhicules et devenir, rien de moins, que la référence du camion pour tout le Centre-du-Québec, soulève Guillaume Lapointe, directeur des ventes chez Drummondville Ford.

En effet, la future adresse, qui permettra de doubler l'actuelle superficie de la concession Ford drummondvilloise, introduira les camions F-650 et F-750 du constructeur américain. L'investissement du nouveau bâtiment devrait représenter près de 9 M\$.

Pour Volkswagen Drummondville, cet investissement pourrait frôler les 10 M\$. Dans une entrevue accordée à la radio locale 92,1 FM, Norman Chiasson, propriétaire de la concession, a indiqué



que le nouveau bâtiment permettra d'introduire davantage de véhicules électriques.

Bien que les concessions Ford et Volkswagen de Drummondville ne fassent pas partie d'un même groupe, les deux propriétaires ont négocié ensemble l'achat du terrain situé entre le Cinéma RGFM et le magasin Économax, explique Guillaume Lapointe.

Groupe Desmeules

Une websérie qui promet

Desmeules Chrysler Dodge Blainville Laval vient de lancer une nouvelle websérie qui met en vedette l'humoriste Alex Lapointe.

Répartie en quatre capsules de moins de cinq minutes, cette websérie met de l'avant des anecdotes qui s'invitent dans le quotidien d'une concession automobile. « Pour le moment, Alex Lapointe joue le rôle d'un client. Éventuellement, on souhaite le voir camper le rôle d'un conseiller aux ventes, d'un mécanicien et pourquoi pas celui d'un directeur de concession? », indique Alexandre Parenteau, vice-président et copropriétaire du Groupe Desmeules.

Pourquoi avoir choisi Alex Lapointe? « Il était barman au restaurant Grinder à Montréal, un établissement que je fréquentais à l'occasion. Alex, qui fait partie de la relève humoristique du Québec, me faisait rire. Je lui ai proposé notre projet », explique Alexandre Parenteau.

M. Parenteau concède que le budget accordé à cette promotion dépasse les 50 000\$. « Mais déjà, cet investissement est un coup de



circuit. C'est de loin le plus beau coup marketing Web du groupe, assure-t-il. Juste la bande-annonce a généré plus de 225 000 vues en trois jours. »

De nombreuses vues, conclut-il, qui vont contribuer au succès de l'entreprise, qui vend déjà plus de 3200 véhicules par année, dont plus de 2000 à la concession de Laval.

Groupe Taddeo Nouveau propriétaire d' Alfa Romeo Laval

Depuis mars dernier, la concession Excellence Alfa Romeo a changé de propriétaire. C'est le Groupe Taddeo, qui possède la concession de Volvo Laval qui en a fait l'acquisition.

La nouvelle administration, qui a renouvelé une bonne partie du personnel, en a profité pour changer le nom de la concession pour

Alfa Romeo Laval, souligne le gestionnaire de la concession Patrick Pisacane.

Par ailleurs, au moment de mettre sous presse, *Automedia* apprenait que le groupe Taddeo serait sur le point, si ce n'est déjà fait, d'acquérir la concession Volvo West-Island. Un dossier à suivre.



Avez-vous le meilleur partenaire ?

En 2021, choisissez SSQ Assurance pour des protections d'assurance adéquates pour vos clients

- Communication constante avec l'OPC et l'AMF
- Formation auprès de votre équipe de ventes
- Vérification et mesures des règles à respecter



La conformité,
c'est notre affaire
1 877 373-7717



Les professionnels de l'automobile sont au cœur de notre industrie. C'est grâce à eux que chaque année, des millions de véhicules sont vendus, entretenus et réparés. C'est aussi grâce à eux que notre industrie va évoluer, se moderniser et continuer à fleurir à l'intérieur

Les Pros de l'Auto, une section entièrement consacrée aux **histoires, accomplissements** et **anecdotes** desdits professionnels.



ILLUSTRATION : YOGYSIC/ISTOCK

**Est-ce qu'un
PRO DE L'AUTO
autour de vous mérite
notre attention ?**

Si oui, faites-le-nous savoir.
C'est grâce à ces histoires
motivantes et inspirantes
que nous allons faire
avancer notre industrie.

info@automedia.ca

JONATHAN CÔTÉ PLUS DE 125 CLIENTS EN MOINS D'UN AN



Annélie Demers,
directrice des ventes
et **Jonathan Côté,**
conseiller aux ventes.



Chez Gosselin St-Nicolas, l'équipe des ventes n'est pas peu fière d'avoir recruté Jonathan Côté en pleine pandémie. Embauché en juin 2020, ce jeune conseiller aux ventes, âgé de 30 ans, a déjà réalisé sa 125^e transaction.

« Ça fait dix ans que je suis aux ventes et jamais je n'avais vu un conseiller vendre un tel volume de véhicules à sa première année », signale Annélie Demers, directrice des ventes pour la concession Chrysler Dodge Jeep, du secteur St-Nicolas, à Lévis. Et en plus, dit-elle,

la concession a été fermée pendant six semaines dans le temps des fêtes.

Jonathan Côté, poursuit-elle, possède toutes les qualités qu'un employeur souhaite voir chez un conseiller. « Il est dynamique, il a du charisme et une belle personnalité. Les clients l'adorent. À ce propos, je n'ai jamais vu autant de gens se déplacer en concession après lui avoir parlé au téléphone. » Si la tendance se maintient, Jonathan devrait atteindre le cap des 175 véhicules d'ici juin prochain.

CAMILLE BÉRUBÉ SUR LES TRACES DE MARY BARRA

Depuis août 2019, les concessionnaires GM de l'est du Québec et du Nouveau-Brunswick ont le plaisir d'avoir Camille Bérubé comme chef de district aux ventes. À peine deux semaines après avoir obtenu son baccalauréat au Georgian College en administration des affaires automobiles, Camille a été recrutée par le constructeur automobile américain.

« Je ne pouvais espérer un meilleur emploi », s'exclame, enthousiaste, la directrice de 27 ans, qui réalise un rêve. En effet, Camille souhaite faire carrière dans le monde automobile depuis son tout jeune âge. « Déjà, à l'âge de six ans, je dessinais des intérieurs de voitures. Je disais à mes parents que j'allais créer ma propre marque de véhicules. »

Notez que ses parents n'ont rien à voir avec l'industrie automobile. Ils sont tous deux professionnels dans le secteur dentaire dans la région de Québec.

Camille Bérubé tient également à exprimer sa grande fierté d'être membre de l'équipe de GM. « Ce n'est pas seulement un constructeur de véhicules, c'est une culture d'entreprise qui veille sur les communautés où la marque est présente. C'est une entreprise qui souhaite un monde meilleur. Et en plus, c'est Mary Barra qui est à la tête de GM. On peut difficilement demander plus belle inspiration! »



FRÉDÉRIC LAROUCHE CHANGE DE CLAN

Après avoir passé les 16 dernières années à vendre des véhicules de marques japonaise et sud-coréenne au royaume des bleuets, Frédéric Larouche fait le saut dans le clan des marques américaines.

Depuis le mois de février dernier, ce professionnel de la vente automobile, qui vend généralement 200 véhicules par année, a accepté le poste de directeur adjoint des ventes chez Duchesne Auto, le concessionnaire Chevrolet Buick GMC Cadillac, présent à Alma depuis plus de 65 ans.

Comment expliquer ce changement de carrière? Quelle est la motivation derrière ce nouveau défi? «C'est le marché du camion qui m'a

incité à rejoindre les rangs de Duchesne Auto, avoue Frédéric. Des types de véhicules qui sont très recherchés dans notre coin de pays.»

La nouvelle recrue du concessionnaire GM almatois aura pour mandat d'assister l'actuel directeur des ventes de véhicules neufs, Jean-Michel Duchesne. Il veillera notamment à l'inventaire et donnera un coup de main aux conseillers lors des transactions.



HENRI PERRON L'EXPERT EN MIATA

Henri Perron est le directeur général des ventes de Montmagny Mazda. Il est aussi un grand expert des Mazda Miata/MX-5. Il a d'ailleurs récemment vendu sa 160^e Miata!

Ce nouveau jalon met en valeur ses 20 années de carrière passées au sein de la marque de Hiroshima, dont sept ans dans cette concession magnymontoise.

Décrit par ses pairs comme un «passionné au grand cœur, qui sert sa clientèle avec grand soin», M. Perron explique que son succès provient avant tout des efforts déployés auprès des propriétaires et autres

amateurs du roadster Mazda. Il a d'ailleurs été président du club Québec Miata et a mis sur pied plusieurs activités de grande envergure pour les membres de cette organisation.

«Quand tu t'impliques dans une organisation comme celle-là, ça aide. Aujourd'hui, tous les gens du club me connaissent», nous a-t-il dit avec enthousiasme.



Maximisez les possibilités.

Améliorez le rendement de votre département des services financiers.

Surpassez les attentes de vos clients.



Des produits financiers novateurs étant conçus pour vous aider à atteindre vos objectifs et à répondre aux besoins de votre clientèle.



Un ensemble d'outils numériques complet permettant de susciter l'intérêt des consommateurs, de votre site Web à la salle de démonstration.



Des programmes éprouvés contribuant à l'augmentation des ventes, à l'amélioration de l'expérience client et à la satisfaction de la clientèle.



Un processus de réclamation complet et accéléré, raccourcissant ainsi le cycle de réparation.



Balayez le code QR à l'aide de votre téléphone pour lancer la conversation ou visitez le site lgm.ca



JÉRÔME RIVERIN

CHEZ LÉO AUTOMOBILE

Depuis six mois, la concession Léo Automobile, à Saguenay, a le privilège de compter sur deux directeurs des ventes. En plus de bénéficiaire des services de Benoit Lévesque, un vétéran de longue date, l'entreprise a recruté Jérôme Riverin qui, éventuellement, occupera cette fonction en solo.

«Nous sommes extrêmement heureux d'avoir Jérôme au sein de notre équipe. C'est une personne fort agréable, facile d'accès et surtout très à l'écoute des gens. Une qualité que j'adore voir chez tous mes directeurs», indique Steeve Caron, directeur général de la concession Honda du boulevard Talbot, dans le secteur de Chicoutimi.

Bien que la nouvelle recrue de Léo Automobile ne provienne pas

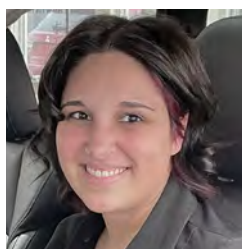
de l'industrie, Jérôme Riverin est bardé de diplômes universitaires en administration des affaires et en gestion. Il détient également une solide expérience en ventes. Il était jusqu'à récemment directeur régional du Saguenay pour la Société canadienne du cancer. Il a aussi occupé divers postes de direction au sein du réseau des Caisses Desjardins dans la région.

«Grâce à son riche bagage et aux conseils de Benoit Lévesque, qui lui sert de mentor, Jérôme a tout pour devenir un de nos meilleurs directeurs des ventes.»



AMÉLIE VAILLANCOURT

DEUX DIRECTRICES DES VENTES CHEZ SHERBROOKE TOYOTA



Chaque concession automobile a son propre organigramme pour assurer ses activités au quotidien. Chez Sherbrooke Toyota, on mise ces jours-ci sur une direction des ventes à deux têtes.

Le directeur général Éric Bazinet a récemment promu Amélie Vaillancourt à titre de directrice des ventes de véhicules neufs. «En

raison du nombre de ventes que notre concession réalise chaque année (plus de 1200 véhicules neufs par année), nous avons conclu que ce poste de direction pouvait être occupé par deux personnes. Ainsi,

Geneviève (l'actuelle directrice des ventes de ce service) continue de veiller aux tâches liées aux ressources humaines et aux stratégies de ventes sur le plancher, tandis qu'Amélie hérite des tâches administratives et de marketing Web.»

Des tâches, dit-il, qu'Amélie surveillait déjà de main de maître à titre de directrice adjointe. «Amélie travaille avec nous depuis déjà 10 ans. C'est une personne dévouée, positive et dont l'enthousiasme a toujours été contagieux au sein de l'équipe. Nous sommes très heureux de cette nomination. Grâce aux forces respectives de ce duo du tonnerre, nous allons assurément atteindre de nouveaux sommets qui nous garderont numéro 1 en Estrie», conclut M. Bazinet.

SÉBASTIEN FORTIN

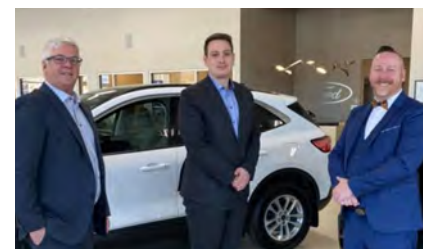
DG ET ASSOCIÉ DE MAGOG FORD

Équipe Précision Auto souhaite ardemment que la concession Magog Ford retrouve les ventes de ses beaux jours. Pour y parvenir, le président d'EAP, Gilles Beaucage, a pris les grands moyens. Non seulement il a nommé Sébastien Fortin à titre de directeur général, mais il en a fait le troisième associé au sein de son groupe.

«Sébastien était le directeur général depuis quatre ans pour notre concession Sherbrooke Mitsubishi. Son nouveau défi à la tête de Magog Ford sera de raviver les ventes de cette concession, qui a déjà vendu plus de 550 véhicules par année, dont 350 neufs», indique Gilles Beaucage. Actuellement, les rendements de Magog Ford se maintiennent à 400 véhicules par année, dont 250 neufs.

Sébastien Fortin, souligne M. Beaucage, détient une solide expertise dans le service et dans les ventes. «C'est aussi une personne rigoureuse, dynamique, qui a toutes les aptitudes requises pour stimuler les troupes.»

En plus d'accepter la direction générale de Magog Ford, Sébastien Fortin devient le troisième associé d'Équipe Précision Auto en compagnie de Gilles Beaucage et de son fils Maxime. Créée en 2006, l'entreprise compte trois concessions dans les Cantons-de-l'Est, soit Précision Acura, Sherbrooke Mitsubishi et Magog Ford.



Gilles et Maxime Beaucage, et Sébastien Fortin

CINDY RAYMOND

UNE FEMME DE PLUS CHEZ RIMOUSKI MITSUBISHI

Le 24 février dernier, Sandy Beaulieu, directrice générale et copropriétaire de la concession Rimouski Mitsubishi, a engagé Cindy Raymond comme nouvelle directrice de service. Cindy est une professionnelle de l'automobile qui évolue dans l'industrie depuis cinq ans.

Fait notable, depuis l'embauche de Cindy, la concession rimouskoise d'une quinzaine d'employés comporte maintenant plus de

femmes que d'hommes. Une rareté dans notre industrie. Grâce à son équipe mixte, Rimouski Mitsubishi vend bon an mal an plus de 400 véhicules neufs et usagés par année. Soulignons que l'entreprise souffle ses dix bougies cette année.



DANY BERNARD

LA FORCE D'UNE COMMUNAUTÉ

Lorsque Dany Bernard a créé sa page privée Facebook, **Groupe Vente Automobile**, en 2013, cet expert en financement automobile ne s'attendait pas à ce que son initiative prenne, un jour, autant d'ampleur. Mais voilà, une pandémie est survenue.

En janvier 2020, ils étaient 450 membres à suivre sporadiquement le contenu de cette page. «Six mois plus tard, plus de 2000 abonnés la consultaient presque au quotidien», indique fièrement Dany Bernard.

Pour ceux qui ne le connaissent pas, M. Bernard possède plus de 25 années d'expérience dans le milieu automobile. Après 15 années en concession, où il a été à tour de rôle vendeur, directeur des ventes et directeur financier, il a roulé sa bosse dans le service de financement automobile chez BMO. Un passage qui a duré cinq ans avant qu'il ne soit recruté comme directeur de développement Québec chez le Groupe financier LGM. Poste qu'il occupe toujours.

«C'est au cours de ce passage chez BMO qu'il m'est venu l'idée de créer une page privée. Mon objectif était de garder contact avec mes clients concessionnaires. Je souhaitais y partager les actualités automobiles, mais surtout alimenter le contenu des meilleures pratiques qui contribuent à la réussite du travail des employés du service des ventes et du

service financier en concession », explique Dany Bernard.

Lors de l'annonce du confinement au printemps 2020 ayant forcé les concessionnaires à revoir leurs activités, l'achalandage de la page a explosé. «J'ai réalisé que les gens avaient soif d'informations, de trucs et de conseils pour la mise en place de la vente de véhicules en ligne, pour mieux les aider à traverser la crise.» Dany Bernard n'est d'ailleurs pas peu fier de sa contribution d'entremetteur. Sa page a permis de faciliter plusieurs maillages entre diverses entreprises qui avaient besoin de véhicules de livraison et des concessionnaires qui souhaitaient prêter les leurs.

Une page encore plus interactive

Lors de la création de la page Groupe Vente Automobile, seul Dany Bernard pouvait y insérer de l'information. En décembre dernier, l'administrateur a changé la donne. «J'ai permis aux utilisateurs d'ajouter des commentaires. Cette décision a entraîné davantage d'interactions», note-t-il.



Dany Bernard, directeur de développement Québec chez le Groupe financier LGM.

Il y a aussi une page LinkedIn

En plus de sa page privée Facebook consacrée à l'industrie du financement automobile, Dany Bernard alimente régulièrement le contenu de sa page LinkedIn. Cette page, dit-il, qu'il utilise pour partager des conseils de gestion, s'adresse particulièrement aux différents gestionnaires dans les concessions. Elle compte plus de 8600 membres.

Enfin, pourquoi Dany Bernard est-il aussi présent sur les réseaux sociaux? Certes, concède-t-il, cela permet de parler de son actuel employeur, LGM. «Mais ma principale motivation, c'est qu'il s'agit avant tout d'une passion qui contribue à la crédibilité de mon industrie. Elle me permet de partager les connaissances et l'expertise accumulées au fil des années. Ces pages servent aussi à faire valoir ma propre crédibilité. Et ça fonctionne. La preuve, *AutoMédia* porte intérêt à mon geste communautaire... et en parle dans ses pages!» ●●●




PARTENAIRE DANS L'OPTIMISATION DE VOTRE ESPACE!

L'avantage Pedlex :

- Service clés en main: de la conception, à l'installation
- 45 ans d'expérience et 25,000 projets réalisés
- Axé sur l'expérience client
- 250,000 produits innovateurs et de haute qualité fabriqués au Québec
- Des solutions d'aménagement personnalisées et novatrices



Consultation gratuite en personne ou par téléphone :

info@pedlex.com ou **514 324-5310** ou **1 888-PEDLEX-9**

PEDLEX.COM

SERVICE FINANCIER AU FÉMININ

Il y a une trentaine d'années, très peu de femmes occupaient le poste de directrice financière dans les concessions automobiles de la province. Aujourd'hui, elles détiennent au moins 50 %, sinon plus, de ces emplois. *AutoMédia* vous présente le portrait de quatre d'entre elles.

IL Y A UN PROBLÈME, APPELEZ MANON !

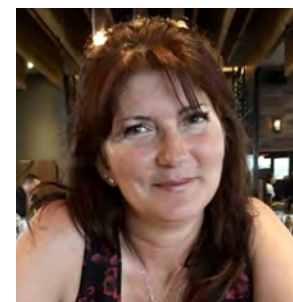
Depuis que Manon Robert a été embauchée, en janvier 2002, comme directrice financière chez Hyundai Casavant, à Saint-Hyacinthe, elle utilise méticuleusement la même recette : elle dirige chaque dossier client comme s'il s'agissait du sien. « D'ailleurs, tous ceux qui entrent dans mon bureau reçoivent le même message : il y a un problème, vous appelez Manon ! », dit-elle.

Cette ex-aide-gérante d'une station-service avoue ne s'être jamais perçue comme une vendeuse de produits d'assurances et de garanties. « J'ai réalisé que je fais un métier qui peut changer la vie des gens. Je suis avant tout une conseillère pour guider et aider mes clients à faire les bons choix. »

Certes, précise-t-elle, la boîte de mouchoirs n'est jamais très loin. Les émotions peuvent être assez élevées lors de certaines discussions derrière la porte de son bureau. « Heureusement, dans près de 90 %

des cas, je parviens à trouver une solution de financement. »

À ce propos, Manon Robert partage une anecdote. Au début de sa carrière, elle apprenait, au jour le jour, les rouages du métier. « Lors d'une de mes demandes de crédit pour un client, le directeur d'une institution financière m'avait répondu : "Bien voyons, ma belle, ce n'est pas comme ça que ça fonctionne !" Du coup, je lui avais répliqué : Des "ma belle", je n'en veux plus. Expliquez-moi plutôt ce que je dois faire pour bien m'occuper de mon client. À partir de ce jour, cette institution est devenue mon meilleur approbateur de dossiers. »



MANON ROBERT
Hyundai Casavant,
Saint-Hyacinthe

DEUX JOBS PLUTÔT QU'UNE

Réceptionniste, secrétaire aux ventes, contrôleure, Élyse Théroix a occupé plusieurs postes dans l'industrie automobile. Mais jamais elle ne s'est sentie le mieux à sa place depuis que l'entreprise Auto Clic, à Mascouche, l'a embauchée à titre de directrice financière il y a cinq ans. « Un métier que je n'échangerais pour rien au monde », signale la directrice de 44 ans, devenue experte dans la 2^e et 3^e chance au crédit.

Ce qu'elle adore le plus de son métier ? « Pouvoir aider les gens à retrouver un crédit régulier », soutient-elle. Ce qui se produit d'ailleurs dans plus de 75 % des cas, mentionne-t-elle fièrement. En fait, Élyse Théroix aime tellement son travail qu'elle exerce également les mêmes fonctions chez Prêt Auto Finance, une société voisine d'Auto Clic, sur le chemin Gascon.

Remarquez, son métier lui réserve, certains jours, des moments fort émotifs. « Il arrive assez fréquemment que des clients pleurent dans mon bureau. Il faut donc prendre le temps d'écouter leurs histoires et trouver la meilleure formule », indique la maman de trois grands enfants, aujourd'hui tous d'âge majeur.

Le fait d'être une femme s'est-il déjà révélé un obstacle ? « Il survient une à deux fois par année qu'un client issu d'une communauté ethnique exige d'être servi par un homme. Chaque fois, je lève mon chapeau à mon employeur, qui ne donne jamais suite à ces demandes. Le client accepte que je traite son dossier ou on lui suggère poliment d'aller frapper à une autre porte. »



ÉLYSE THÉROIX
Auto Clic, Mascouche

JE SUIS VENUE, J'AI VU... J'AI ASSEZ DONNÉ !

Lorsque Sophie Gosselin a décidé d'abandonner sa carrière de conseillère en agence de voyages pour devenir directrice financière dans une concession Audi, sa motivation était principalement pécuniaire. « Je cherchais un job payant ! »

« Et pour payer, ça payait », soutient celle qui a été directrice financière pendant 12 ans au sein de la concession de marque allemande. Pourtant, en 2019, juste avant que la planète bascule en mode pandémie, Sophie quitte son emploi.

« Lorsque j'ai accepté ce poste, j'ignorais à quoi ressembleraient mes journées. C'est passionnant comme travail. Toutefois, ces fonctions viennent avec beaucoup de stress et de pression », indique cette jeune quarantenaire.

Que fait Sophie aujourd'hui ? « J'ai laissé la profession, mais pas le milieu automobile. Depuis août 2020, je gère les activités comptables chez Grenier Occasion, à Terrebonne. Il va de soi que mes revenus ont fondu d'au moins 50 %. Par contre, je suis heureuse de ma nouvelle vie. Et en plus, grâce à mon expertise, je suis en mesure de donner un bon coup de pouce aux trois directeurs financiers de la concession, qui participent à plus de 1000 transactions de véhicules par année. Ce qui est tout aussi gratifiant ! »



SOPHIE GOSSELIN
Grenier Occasion,
Terrebonne

SAUTER DU PLEIN AIR À UNE CARRIÈRE FINANCIÈRE

Toute petite, Marie-Michèle Isabel souhaitait un jour faire comme son grand-père, mécanicien: travailler chez un concessionnaire automobile. Après dix ans comme conseillère aux ventes dans une boutique de plein air à Rimouski, elle décide de tenter sa chance.

«En 2013, j'ai pris mon courage à deux mains et je suis venue porter mon CV à la propriétaire de Rimouski Mitsubishi, Sandy Beaulieu. Je me sentais prête à vendre des véhicules plutôt que des raquettes et des kayaks», raconte Marie-Michèle.

Coup de théâtre. Au lieu de l'embaucher aux ventes, la concessionnaire lui suggère le poste de directrice financière. «J'ai dit oui instantanément... même si je n'avais aucune idée de ce en quoi consistait ce job.»

Huit ans plus tard, Marie-Michèle ne regrette nullement son choix. «Chaque fois que j'annonce à mes clients que leur demande de crédit est acceptée, ce moment devient un pur bonheur. Et plus particulièrement lorsqu'il s'agit d'une 2^e chance au crédit», souligne-t-elle.

Mais ce que Marie-Michèle apprécie encore plus de sa profession, ce sont toutes les connaissances financières acquises au fil des années qu'elle peut appliquer au sein de sa vie personnelle.

«C'est fou combien ce métier me fait réaliser la réelle valeur de l'argent. J'aurais aimé apprendre ces notions sur les bancs d'école. Quoi qu'il en soit, grâce à mon poste de directrice financière, je possède aujourd'hui un bien meilleur bagage financier. Et



MARIE-MICHÈLE ISABEL
Rimouski Mitsubishi

cela m'a été très utile lorsque j'ai acheté ma maison.» ●●●

MAINTENANT 6 BONNES RAISONS
D'OPTER POUR ICEBERG FINANCE !

ICEBERG FINANCE



- 1 Solutions de financement de **2^e et 3^e chance** au crédit novatrices adaptées aux besoins changeants et spécifiques des consommateurs et de nos partenaires d'affaires. Taux d'intérêt à partir de 12.99 %, aucun comptant requis et ristourne de financement très compétitive.
- 2 **L'Engagement Iceberg Finance** : Ce programme a pour objectifs de récompenser les bonnes habitudes de paiements des clients et de supporter le développement d'affaires de nos concessionnaires et marchands partenaires en abaissant le taux d'intérêt entre 3 % et 17 % **ET** en réduisant le solde du prêt avec nous de 500 \$, 750 \$ ou 1000 \$ lors d'un refinancement automobile avec Iceberg Finance.*
- 3 **Le Programme de Reconnaissance Iceberg Finance** : Ce programme vise à récompenser pour leur bon patronage les concessionnaires et marchands faisant affaire avec Iceberg Finance en offrant des congés de mensualités qu'ils pourront distribuer à leurs futurs clients.*
- 4 Possibilité de financer, à même nos prêts de 2^e et 3^e chance au crédit, les garanties mécaniques des partenaires suivants : SSQ, Garantie Nationale, Industrielle Alliance, Garantie Avantage Plus, Gestion P.E.C., Garantie Autoroute et KM+.
- 5 Utilisez notre programme IF Xpress pour financer des montants entre 1000 \$ et 5000 \$, et ce, sans frais ni responsabilité pour le concessionnaire ou marchand. IF Xpress est très utile pour financer, sans preuve justificative, le comptant exigé par le créancier du véhicule, une équité négative, l'achat d'un véhicule, les coûts de réparations, des accessoires, des pièces, etc. **C'est simple, rapide et efficace !**
- 6 **NOUVEAU** Possibilité de financer les produits d'assurances de l'Industrielle Alliance à même nos prêts automobiles. À partir de maintenant nous finançons les assurances suivantes : assurance crédit, assurance maladies graves, assurance pour perte d'emploi, assurance versement et l'assurance de remplacement de l'Industrielle Alliance en plus de celles de SSQ Groupe Financier.

*Certaines conditions s'appliquent

Contactez-nous sans tarder afin de bénéficier de nos programmes de financement.

Roberto Bernard
Directeur principal | Développement des affaires
rbernard@icebergfinance.ca | 418 654-5438

DU FINANCEMENT INTELLIGENT !

Chef de file au Québec, Iceberg Finance se démarque par sa **rapidité**, son **efficacité** et ses programmes de financement **compétitifs** et innovateurs. En tant que fier partenaire de la CCAQ et de l'AMVOQ, Iceberg Finance a comme mission le rétablissement du crédit des clients et le développement des affaires des concessionnaires et marchands.

MAINTENANT SUR :
Dealertrack
UNE TECHNOLOGIE QUI VOUS MÈNERA LOIN

FIER PARTENAIRE DE :



BONNES PRATIQUES L'ESSENTIELLE CAROTTE AU BOUT DU BÂTON

Le 24 mars dernier était jour de fête chez Kia Lévis. Ce jour-là, Marcel Lacasse, le concessionnaire en titre, soulignait les efforts déployés durant la dernière année par deux membres de son équipe des ventes en leur décernant un trophée annuel. Alexandre Marseau a reçu le trophée du meilleur conseiller aux ventes de véhicules neufs (avec 235 ventes) et René Brouard, celui du meilleur conseiller aux ventes de véhicules d'occasion (avec 414 ventes).

Après la cérémonie, M. Brouard s'est tourné vers son ordinateur pour remercier ses clients. Sur sa page Facebook, il a écrit: «414 voitures livrées en 2020 malgré le confinement! Veux-tu faire affaire avec le meilleur? Oui, 100%. » Le lendemain, ce message affichait 73 commentaires approuvés.

«C'est comme remettre une médaille olympique, explique M. Lacasse. Un représentant aux ventes, c'est un athlète qui doit réaliser des performances et se surpasser. Or, ces trophées servent à reconnaître cette performance.»

«Certains peuvent penser qu'il s'agit d'objets banals, ajoute-t-il, mais lorsque les gars les reçoivent, ils sont fiers. Il faut voir tout le soin qu'ils apportent à bien les exposer dans leur bureau. D'ailleurs, les clients en parlent souvent.» M. Lacasse s'applique par ailleurs toujours offrir le même modèle de trophée pour mettre en valeur la continuité de cette pratique.

Une affaire de rapport humain

La reconnaissance au travail est un incontournable, et ce, dans tous les domaines. C'est une affaire de rapport humain entre l'employé, l'équipe et l'employeur, pour amener la personne reconnue à se sentir utile et importante. Détail Québec, le comité sectoriel de la main-d'œuvre du commerce de détail, décrit ainsi

KIA LÉVIS



Marcel Lacasse, concessionnaire en titre de Kia Lévis, salue ses deux champions aux ventes de 2020: Alexandre Marseau (g.) et René Brouard (d.).

une reconnaissance non pécuniaire, une pratique jugée essentielle pour:

- **Développer** l'estime de l'employé;
- **Créer** un levier l'incitant à donner le meilleur de soi-même;
- **Susciter** chez lui le désir de contribuer au succès de l'équipe;
- **Engendrer** un sentiment d'appartenance;
- **Réduire** le stress au travail par des objectifs atteignables;
- **Stimuler** l'esprit d'innovation;
- **Maintenir** une grande qualité de services pour fidéliser la clientèle;
- **Favoriser** la rétention du personnel.

Objectif réaliste, adhésion assurée

L'objectif est clair, mais la formule adoptée pour le réussir peut varier. Philippe Murray, le directeur des ventes de Rimouski Nissan, par exemple, aime les pratiques simples. Tous les mois, l'objectif de son équipe est réparti à parts égales entre chaque représentant. Au terme du mois, ceux qui l'atteignent sont admissibles au tirage d'une carte-cadeau; en mars, c'était une carte d'essence de 200\$. «La valeur du bonus est proportionnelle à l'ampleur de l'objectif, explique-t-il. Mais ce

qui importe, c'est de fixer un objectif réaliste. Alors, chaque membre de l'équipe se l'approprié et en fait un projet d'équipe.»

Pour Philippe Murray, cette «carotte au bout du bâton» est nécessaire. «Ça engendre une compétition sympathique parce que tout le monde a une chance. Ça ne doit pas être compliqué et ça doit rester transparent.» Les objectifs sont affichés sur un tableau que les représentants consultent régulièrement. «Il n'est pas rare que l'un d'entre eux m'avertisse en riant que bientôt ça va coûter cher. J'aime entendre ça!»

Cette compétition doit demeurer saine, car une équipe qui n'est pas liée n'atteindra jamais l'objectif, remarque M. Murray. Or, les membres de son personnel n'hésitent pas à s'entraider lorsque l'un d'eux peine à toucher au but. «L'objectif n'appartient à personne. Lorsque tout le monde y adhère, il devient réalisable.»

Moduler et varier les pratiques

Au fil du temps, une pratique peut devenir une tradition. Chez Ste-Foy Toyota, on décerne aussi des trophées aux meilleurs conseillers aux ventes, mais pas n'importe

PHOTO: KIA LÉVIS

STE-FOY TOYOTA

PHOTO: GROUPE SAILLANT



Chez Ste-Foy Toyota, on reconnaît l'importance de souligner la performance aux ventes, mais aussi les comportements plus anodins, de même que la fidélité à l'entreprise. Cette photo en témoigne, **Sylvie Alcaraz** (g.), directrice générale de la concession, et **Mélissa Dumont** (d.), directrice des communications et des ressources humaines du Groupe Saillant, ayant choisi de mettre en valeur **Pierre Turbis**, un conseiller aux ventes qui travaille pour cette concession depuis 32 ans !

lesquels. Cette année, pour avoir vendu 189 véhicules neufs en 2020, Marc-Antoine Trudel a reçu la coupe Jacques-Ouellet, prix créé en 2014 pour immortaliser un conseiller qui s'est démarqué durant un quart de siècle à cette concession (de 1988 à 2014). Jean-François Roy, qui a livré 182 véhicules d'occasion, s'est vu remettre le trophée Jean-Gauthier (en souvenir de celui qui a œuvré durant plus de 27 ans chez Ste-Foy Toyota), un honneur qui récompense un employé s'étant distingué dans le département des autos usagées.

Liés à l'histoire de l'entreprise, ces trophées mettent en valeur la performance. Cependant, même les comportements anodins ont de l'importance, rappelle Sylvie Alcaraz, directrice générale de la concession. «Souligner de bons coups, comme un comportement exceptionnel auprès des clients ou un service rendu à un collègue, ça aussi, ça fait du bien à l'estime de soi.»

Dans cette concession du Groupe Saillant, on exploite l'intranet appelé «Quartier général» pour faire rayonner ce genre de nouvelles. «Ça génère beaucoup de commentaires des

RIMOUSKI NISSAN

PHOTO: RIMOUSKI NISSAN



Pour **Philippe Murray**, directeur des ventes de Rimouski Nissan, ce qui importe est de fixer un objectif réaliste. Alors, chaque membre de la brigade des ventes se l'approprie et en fait un projet d'équipe.

collègues de travail de la personne concernée, ce qui est d'autant plus gratifiant pour elle», explique Mélissa Dumont, la directrice des communications et des ressources humaines du groupe.

Gérer autant de pratiques nécessite cependant l'implication de l'administration, des communications, des ressources humaines et des propriétaires. «C'est un travail d'équipe, insiste Mme Dumont, qui reconnaît l'importance d'une reconnaissance. Plus on en fera, mieux les employés se porteront et mieux l'entreprise se portera. C'est le meilleur moyen d'avoir du personnel engagé. Alors, on travaille en conséquence.» ●●●



RÉSEAU MULTI
concessionnaires

multiconcessionnaires.com

PARTEZ GAGNANT AVEC LA FORCE D'UN RÉSEAU

**S'UNIR POUR RÉALISER VOS OBJECTIFS
DE RENTABILITÉ, RÉTENTION ET FIDÉLISATION**

DES SERVICES SUR MESURE

- REMPLACEMENT, INTÉGRATION ET STRUCTURE
- COACHING AXÉ SUR LES BESOINS DU MARCHÉ
- SOUTIEN AUX RESSOURCES HUMAINES

PARTENARIAT
ESPRIT D'ÉQUIPE
INTÉGRITÉ

CONTACTEZ-NOUS : Daniel Rivard 819 692-2069 • Anne Matte 514 249-2382

LE MATCH PARFAIT

UN PROGRAMME DE RENCONTRE POUR L'INDUSTRIE AUTOMOBILE



Depuis les dernières années, *AutoMédia* est constamment témoin des problèmes qui grugent les ressources humaines de l'industrie automobile.

D'un côté, les employeurs ont de la difficulté à dénicher des candidats qualifiés.

De l'autre, les candidats sont submergés de sites d'emplois et d'annonces sur les médias sociaux, tous leur promettant un avenir merveilleux.

Mais personne ne semble prendre le temps d'aider les deux parties à se trouver mutuellement et encore moins de prendre le temps d'écouter les réels besoins de chacun.

Les Pros de l'Auto + XG Solutions

Chez *AutoMédia*, nous entretenons déjà la conversation avec les professionnels de l'industrie. Vous pouvez d'ailleurs en saisir les grandes lignes dans notre magazine, ainsi que sur notre site Web, à travers la section *Les Pros de l'Auto*.

Mais donner une visibilité aux pros de l'auto ainsi qu'aux entreprises qui les soutiennent ne suffit pas. Il faut aller plus loin pour réellement insuffler un vent de changement concret à l'industrie.

C'est ici que Xavier Gosseye arrive dans le portrait

Xavier est un accompagnateur en recrutement. Depuis plus de 10 ans, il forme des couples employeurs-employés. Son succès en tant que matchmaker professionnel est largement dû au fait que Xavier a à cœur les humains avec qui il travaille. «La plus belle récompense que m'apporte mon travail est de revoir mes contacts et de voir que leur relation professionnelle a fleuri au fil des années.»

Cette passion est l'élément clé qui compose notre partenariat entre *Les Pros de l'Auto* et *XG Solutions*. D'un bord, la passion pour l'industrie de l'automobile et de l'autre, celle des relations humaines professionnelles.

Le programme Le Match Parfait

Ainsi est né le programme *Le Match Parfait*. Son but est simple : aider les employeurs et les professionnels de l'industrie à trouver l'âme

sœur. En fait, cela ressemble en partie à un site de rencontre. Et tout comme en amour, on ne se lance pas dans une relation à long terme simplement parce que le profil répond à quelques critères de recherche.

Avant de s'engager dans une relation à long terme, on apprend à se connaître. Le problème, c'est qu'en affaires, candidats et employeurs ont rarement le luxe du temps. C'est ici que le programme du *Match Parfait* intervient.

Contrairement à un site d'emplois ou à un chasseur de têtes traditionnel, le programme a pour objectif d'entreprendre la conversation avec les professionnels de l'automobile et les employeurs avant qu'un besoin immédiat soit reconnu.

Cette approche permet au programme d'établir des relations approfondies avec chaque partie pour qu'au moment venu, le programme soit en mesure de créer rapidement un match employé-employeur qui soit rien de moins que... parfait.

À qui s'adresse le programme ?

Le programme du *Match Parfait* s'adresse à tous ceux et celles qui travaillent ou qui désirent travailler, de près ou de loin, dans l'industrie automobile.

Comme Xavier le dit si bien : «Il existe un tas de belles occasions, tant pour les employés que pour les employeurs. Il suffit d'être à la bonne place au bon moment. Ultimement,



Xavier Gosseye, accompagnateur en recrutement.

c'est ça que permet de faire le programme du *Match Parfait*.»

Programme accéléré : pour les besoins plus pressants

Personne ne peut être contre la vertu d'un programme de rencontre pour professionnels automobiles. Et plus le programme grandira, plus les bienfaits se feront tangibles, tant chez les pros de l'auto que chez les employeurs de l'industrie.

Par contre, des besoins plus urgents se font actuellement sentir. Un programme accéléré a donc aussi été mis sur pied pour les candidats et les employeurs à la recherche d'un bon match, et ce, rapidement. Ce genre de recherche intensive est délicat, puisque la priorité est toujours d'assurer le bien-être et le succès des personnes impliquées. Mais grâce à l'expertise de Xavier et de son équipe, il est parfaitement possible d'atteindre ses objectifs tout en gardant un niveau de qualité élevé. ●●●

S'INSCRIRE

Le programme du *Match Parfait* ainsi que le programme de *Rencontre accélérée* sont maintenant officiellement lancés et accessibles directement à partir du site Web d'*AutoMédia* : automedias.ca/le-match-parfait/



Un
associé
solide



Nous
comprendons
votre réalité

Protections
pour tous les véhicules



FINANCEMENT AUTO TD POURSUIT SA CROISSANCE AU QUÉBEC



Le marché automobile du Québec n'a jamais autant souri à l'équipe de Financement Auto TD. Depuis deux ans, les parts de marché de cette division dans la Belle Province ont connu une forte hausse.

«**E**n fait, le Québec représente, pour notre entreprise, le marché automobile qui affiche le meilleur potentiel de croissance au pays», soutient Luigi Mancini, directeur régional des ventes du Québec pour Financement Auto TD. Cette augmentation des parts de marché est principalement attribuable à l'élargissement des activités de Financement Auto TD. «Notre division veille désormais sur les prêts pour les particuliers en plus du financement des opérations des concessionnaires», indique le directeur Mancini. À ce propos, la nomination de Luigi Mancini à la direction des ventes et de Christopher Tollstam à celle des relations commerciales pour le Québec, il y a près de deux ans, est justement en lien avec la forte croissance de la division sur le territoire.

Plus de directeurs...

Son équipe, composée de huit directeurs, représente plus de 75 années d'expérience dans le secteur automobile, dit-il fièrement. «Et c'est sans compter la centaine d'employés de Financement Auto TD qui sont entièrement dévoués au marché du Québec», ajoute Luigi Mancini.

Compte tenu de l'étroite relation de la division Financement Auto TD avec les concessionnaires en matière de prêts commerciaux, cela facilite grandement l'introduction des produits financiers aux particuliers, poursuit M. Mancini. «De plus, nous sommes des experts dans les produits sur mesure. Ce qui aide nos partenaires à accroître leurs profits.»

...plus de produits

L'équipe de Luigi Mancini souhaite d'ailleurs mettre de l'avant le tout nouveau programme pour les arrivants, conçu par Financement Auto TD. Ce programme, explique-t-il, qui vient en aide aux travailleurs étrangers, incluant les travailleurs temporaires, permet

de faciliter le financement pour acquérir un véhicule.

Financement Auto TD désire également faire rayonner son application *AuVolant*, qui simplifie les communications entre les jeunes acheteurs et les concessionnaires. En plus de permettre aux acheteurs d'un véhicule d'estimer leurs versements mensuels et de déterminer la valeur de reprise approximative de leur véhicule actuel, cette appli aide les utilisateurs à obtenir une préqualification pour un prêt automobile. Un prêt jusqu'à concurrence d'un montant précis, à un taux précis et pour une durée précise, souligne M. Mancini.

Luigi Mancini tient aussi à préciser que Financement Auto TD n'a pas changé ses méthodes de préqualification depuis le début de la pandémie. «Il y a peut-être eu des moments où notre département a exigé davantage de preuves de revenus, particulièrement dans le creux de la COVID-19, mais pour le reste, nos procédures sont demeurées les mêmes», insiste-t-il.

Promotion pour Howard Thompson

Mentionnons que l'équipe de Luigi Mancini a un nouveau patron national. À la suite de l'annonce du départ à la retraite de Gino



LUIGI MANCINI
Directeur régional des ventes du Québec pour Financement Auto TD

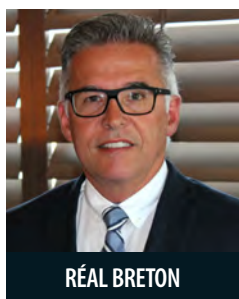
Cozza, Howard Thompson a accepté le poste de vice-président, ventes et distribution, Financement Auto TD (Canada), services bancaires aux entreprises. Recruté par la TD en 2008, Howard occupait le poste de vice-président, produits et stratégie, Financement Auto TD (Canada), services bancaires aux entreprises.

Dans ses nouvelles fonctions, Howard Thompson dirige maintenant une équipe de vente hautement motivée et axée sur les résultats à travers le Canada. L'objectif de M. Thompson et de son équipe est de mettre en place une stratégie nationale de vente et de distribution visant à stimuler la croissance des nouveaux prêts à taux préférentiel et prêts spécialisés, ainsi que les prêts pour les produits récréatifs dans l'ensemble du secteur automobile.

Rappelons que Financement Auto TD a décroché le «premier rang pour la satisfaction des concessionnaires parmi les prêteurs non exclusifs avec crédit de détail» pour une troisième année consécutive lors du sondage J.D. Power 2020 sur la satisfaction des concessionnaires à l'égard du financement automobile au Canada! ●●●



HOWARD THOMPSON
Vice-président, ventes et distribution, Financement Auto TD (Canada), services bancaires aux entreprises



RÉAL BRETON

VOUS TROUVEZ QUE L'ÉDUCATION COÛTE CHER? ESSAYEZ L'IGNORANCE!

Eh oui, 150 ans plus tard, cette phrase célèbre d'Abraham Lincoln est encore aussi importante. La formation sera toujours la pierre angulaire de la recette du succès et l'ignorance sera toujours la pire des servitudes!

C'est tout aussi vrai si vous voulez connaître du succès dans le créneau de la 2^e et 3^e chance au crédit. Prenez le temps nécessaire pour bien former vos employés dédiés à cette clientèle à fort potentiel et vous serez agréablement surpris des résultats.

Rappelez-vous que plus de 25% des acheteurs de véhicules ne se qualifient pas en crédit ordinaire. C'est énorme!

Occasions ratées

Combien d'opportunités manquées et de profits abandonnés au bénéfice de vos concurrents à cause du manque de formation de vos employés? J'ai bien dit de vos concurrents

puisque ces clients ont des besoins spécifiques et vont aller les combler ailleurs si vous n'êtes pas en mesure d'y répondre adéquatement. Des clients qui, dans un très fort pourcentage, vont aussi changer de véhicule dans les 24 à 30 mois suivants.

Investir dans l'éducation de votre personnel pour lui permettre de bien comprendre ce marché et de bien connaître les différents prêteurs et leurs particularités, voilà la première étape à mettre en place. En faisant affaire avec des prêteurs de qualité, vous constaterez que leurs représentants respectifs se feront un devoir et un plaisir de bien former vos employés.

Malheureusement, il y a encore beaucoup

de concessionnaires et de marchands de véhicules qui nous disent: « Nous n'avons pas de clients en 2^e et 3^e chance au crédit parce que c'est trop compliqué à gérer, ce n'est pas une bonne clientèle, ce n'est pas assez payant! » J'en passe dans les raisons, et des meilleures.

Pourtant, grâce à une bonne éducation et à une bonne formation, tous ces arguments se transformeraient en occasions incroyables de ventes pour eux.

Naturellement, l'éducation et la formation peuvent toujours être remises à plus tard. Mais à suivre le chemin qui s'appelle « plus tard », on arrive toujours à la place qui s'appelle « jamais »! Bonne réflexion! ●●●

UN PARTENARIAT DE NIVEAU SUPÉRIEUR VOUS ATTEND

SOUTENIR, ENTRAÎNER ET OPTIMISER
LES SERVICES FINANCIERS
DE VOS CONCESSIONS AUTOMOBILES

1 800 564-4433 • groupepremierquebec.com

GPO
Groupe Premier Québec

Le temps est venu...



d'en avoir plus pour votre argent.



d'enchanter vos clients sur le Web.



de simplifier la vie de vos équipes des ventes.



de profiter d'un service expert, rapide et efficace.

Sites Web | Publicité numérique | Optimisation SEO | Création de contenu | Gestion des médias sociaux
Optimisation Google My Business | Gestion de la réputation | Événements de vente numériques
Boutiques en ligne | Google Ads | Facebook Ads | Spotify Ads | Relance courriel & SMS | Et plus...

Nouvelle image
même mission - même vision



nerdauto.ca



ILLUSTRATION : LUPLUPME/DEPOSITPHOTOS

EN QUÊTE DE **DIRECTEURS ET DIRECTRICES FINANCIERS** **PASSIONNÉS... BIEN FORMÉS**

Depuis dix ans, la vente de produits du service financier contribue largement à la rentabilité des concessions automobiles. À certains endroits, elle peut représenter jusqu'à plus de 50% des bénéfices. Par conséquent, la quête de bons candidats au poste de directeur et directrice de ce département ainsi que des formations continues de qualité pour ceux et celles qui occupent déjà ce siège sont devenues des ingrédients essentiels afin d'assurer la rentabilité de l'entreprise.



Réglons d'abord un point. Le poste de directeur/directrice financier ne connaît pas à proprement dit une pénurie de main-d'œuvre. Au contraire. Chaque année, ils sont plusieurs centaines de candidats à s'inscrire aux formations offertes par les divers centres de formation automobile, les fournisseurs de produits F&A et autres écoles spécialisées.

Après tout, le métier de directeur/directrice du service financier propose des conditions de travail plutôt alléchantes, dont un horaire de travail plus conciliant que celui des conseillers aux ventes. Sans oublier un revenu qui oscille entre 60 000 \$ et 120 000 \$ par année, selon les volumes de ventes.

TAUX DE ROULEMENT ÉLEVÉ

«**En fait, ce qui manque actuellement au sein de cette profession, ce sont des candidats passionnés qui détiennent les qualités et les aptitudes requises pour exceller à ce poste**»,

maintiennent en chœur les principaux fournisseurs de produits F&A joints par *AutoMédia*.

Et cette carence se fait doublement ressentir en ces temps de pandémie, ajoutent-ils. Depuis un an, beaucoup de directeurs et directrices ont dû composer avec la vente à

distance à l'aide de la visioconférence ou le téléphone afin de proposer leurs divers produits F&A aux clients. Moins habiles avec ces nouvelles méthodes virtuelles, plusieurs

ont jeté l'éponge. Selon un fournisseur interviewé, qui préfère ne pas être nommé, le taux de roulement aurait dépassé les 10 % au cours de la dernière année.

DES VIRTUOSES DE L'ORGANISATION

Mais qu'est-ce qu'un bon directeur/directrice de service financier? «C'est avant tout une personne qui possède une attitude du tonnerre ainsi que d'extraordinaires qualités de leadership, de ventes et d'organisation», indique Anne Matte, directrice du coaching et du développement des affaires pour le Réseau Multi Concessionnaires. Ces personnes, dit-elle, n'ont aucun employé sous leur responsabilité. «Pourtant, insiste Mme Matte, elles doivent supporter, à elles seules, tout un département sur leurs épaules.»



ANNE MATTE
Directrice du coaching et du développement des affaires
Réseau Multi Concessionnaires

D'où l'importance, dit-elle, de former les directeurs financiers en fonction de leurs spécialisations afin de mettre leurs forces en valeur. «Je vais vous donner deux exemples concrets. Nous venons d'embaucher Johane Bernier et Élisabeth Handfield. Avec la première, c'est clair, il fallait lui confier tout ce qui touche les garanties prolongées; avec la deuxième, tout ce qui relève du remplacement que ce soit pendant les vacances ou pour assurer un intérim, est un atout naturel chez elle. Et en plus, Élisabeth peut faire du coaching.»

«Ce sont des personnes qui doivent inspirer confiance, en plus d'être habiles dans la gestion des dossiers de crédit et de financement», renchérit Karine Lebel, présidente et directrice générale de Garantie Avantage Plus. Plusieurs consommateurs, note-t-elle, éprouvent une crainte en entrant dans le bureau de ces professionnels parce qu'ils ont la vive appréhension qu'ils seront refusés au crédit. «C'est ici que les bons directeurs/directrices financiers font la différence. Ils sont capables de désamorcer cette crainte à l'instant où les clients franchissent la porte de leur

bureau», explique Karine Lebel, qui compte plus d'une trentaine d'années d'expérience dans l'univers F&A.

La facilité de créer des liens à tous les niveaux doit également faire partie de leur talent, renchérit Nathalie Abdallah, vice-présidente formation concessionnaire chez le Groupe financier LGM. «Pour exceller dans



KARINE LABEL
Présidente et directrice régionale
Garantie Avantage Plus

DES FORMATIONS QUI SE DÉMARQUENT

« Les nouvelles réalités ont effectivement porté un coup dur à la profession », confirme Sophie St-Laurent, directrice nationale, formation et recrutement chez Industrielle Alliance, services aux concessionnaires. Néanmoins, elle refuse de ne voir que le côté sombre de la pandémie.

« Cette situation exceptionnelle a permis à notre organisation de nous démarquer en matière de formations de qualité offertes en ligne. Au cours de la dernière année, nos formations APEX destinées aux recrues ont même affiché un taux de placement de près de 80 % », dit-elle fièrement.

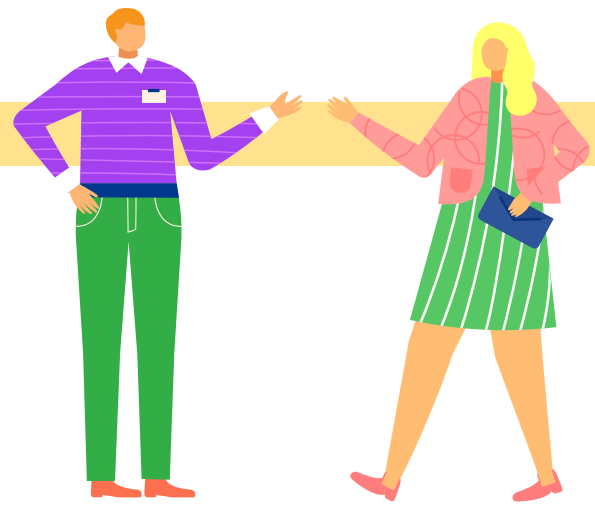
Les « vétérans » du réseau Industrielle Alliance ont également bénéficié d'une foule de formations virtuelles pour les aider à s'adapter aux actuelles réalités du marché. « Près de 250 webinaires, portant sur plus d'une trentaine de thématiques, ont été présentés en 2020 », souligne Sophie St-Laurent.



SOPHIE ST-LAURENT

Directrice nationale, formation et recrutement, services aux concessionnaires
Industrielle Alliance

« Surmonter les objections » a d'ailleurs été le sujet le plus populaire, suivi par les webinaires « Vente au comptant » et « Conformité ».



En plus d'avoir accès à ces formations, de nombreux directeurs et directrices du service financier ont consulté la quarantaine de vidéos-conseils offertes sur la plateforme e-Unifie d'Industrielle Alliance. « Juste en 2020, ces vidéos ont généré près de 5500 vues », annonce Mme St-Laurent. Aussi, tient-elle à préciser, plus de 2000 formations sur la connaissance de produits et conformités ont été suivies sur la plateforme e-learning d'Industrielle Alliance.

ce métier, les directeurs/directrices du service financier doivent pouvoir établir instantanément de très bonnes relations avec les consommateurs, mais aussi avec leurs partenaires de travail, les fournisseurs et les institutions bancaires », souligne-t-elle. S'ajoutent également la rigueur et l'art d'écouter son prochain.



NATHALIE ABDALLAH

Vice-présidente formation concessionnaire
Groupe financier LGM



Un client, une équipe, un guichet unique¹ pour vous servir, incluant :

- Souplesse des versements
- Taux avantageux
- Milles de récompense AIR MILES^{MDT}
- Traitement rapide de la demande
- Prêts sur stocks de véhicules de location
- Prêts à l'exploitation, prêts destinés à l'acquisition de stocks et prêts à terme
- Services d'investissement de capitaux, de gestion des risques, de consultation et de gestion de patrimoine
- Solutions de trésorerie et de paiement



Ici, pour vous.[®]

Pour en savoir plus, écrivez à bmoautofinance@bmo.com

¹ Financement offert chez les concessionnaires accrédités de BMO. Les critères habituels de BMO Banque de Montréal en matière d'octroi de crédit s'appliquent.
^{MDT} Marque de commerce déposée de la Banque de Montréal. ^{MDT} Marque de commerce/déposée d'AIR MILES International Trading B.V., employée en vertu d'une licence par LoyaltyOne, Inc. et par la Banque de Montréal.



L'ÈRE DES « PRINCESSES » ACHÈVE

S'il existe encore des directeurs/directrices qui présentent des « mauvais plis » malgré les multiples formations accessibles en ligne et en mode présentiel, ces individus tendent à disparaître du paysage, avisent la plupart des fournisseurs de produits interrogés pour ce dossier. « Depuis que l'Autorité des mar-

chés financiers et l'Office de la protection du consommateur s'y mettent le nez, les "princesses" n'ont plus leur place dans ce département », signale la formatrice Danielle Richard.

Autrement dit, ceux et celles qui s'obstinent à proposer des produits et des assurances sans avoir écouté les réels besoins des clients,

et qui tournent les coins ronds avec des explications superficielles, sont désormais pointés du doigt dans l'industrie.

Remarquez, la présence de « mauvais plis » chez les directeurs/directrices de service financier peut provenir de la culture interne de certaines entreprises, croit Linda ►

LA PASSION AVANT TOUT

À ce propos, des notions de psychologie sont essentielles pour pratiquer ce métier, mentionne Danielle Richard, formatrice régionale chez Pro-Spec Ventes. « Il y a des jours où le poste de directeur/directrice financier exige beaucoup d'empathie devant les différentes situations économiques que vivent les

consommateurs. Il y a des clients qui ont des emplois précaires, des ratios d'endettement élevés. Les histoires que racontent les clients derrière la porte du bureau ne sont pas toujours joyeuses », dit-elle.

Toutes ces qualités et ces aptitudes jusqu'ici énumérées aident, certes, à faire une différence. Mais de l'avis de Jean-Claude Rabbat, qui a occupé ce poste pendant dix ans avant de devenir coach et plus tard président de Solution Globale Automobile, la principale caractéristique qui distingue les bons et les moins bons directeurs/directrices, c'est leur soif d'apprendre. « Un constant désir d'en connaître toujours plus sur le métier et le milieu financier représente à mes yeux l'élément-clé non négociable pour briller au sein de cette profession. En fait, il ne suffit



JEAN-CLAUDE RABBAT
Président
Solution Globale Automobile

pas de faire ce travail parce qu'on nous le demande. Il est primordial de comprendre pourquoi et pour qui on le fait », soutient-il.

DANIELLE RICHARD
Formatrice régionale
Pro-Spec Ventes



SULY

L'AGENCE DE
FIDÉLISATION

1.877.445.2922
SULY.CA

**AVEZ-VOUS LA
MEILLEURE**



**POUR VOS
VENTES PRIVÉES?**

Découvrez la différence que notre stratégie clé en main peut faire pour **maximiser vos résultats** et **surpasser vos attentes!**



**Bonhomme gonflable
dansant non-inclus...
et non suggéré!*





Germain, directrice du développement chez Garantie Autoroute 20-40. «Certains concessionnaires continuent d'exiger de la part de leur directeur/directrice de réduire à une vingtaine de minutes au maximum leur temps de rencontre avec un consommateur. En revanche, ils attendent de lui ou d'elle des profits moyens de 1500\$ à 2000\$ par transaction. Pourtant, le conseiller ou la conseillère aux ventes peut disposer de deux à trois heures pour vendre un véhicule, pouvant créer un profit moindre que ceux des produits F&A. Dans ces cas-ci, une analyse s'impose», maintient Linda Germain.



LINDA GERMAIN
Directrice du développement
Garantie Autoroute 20-40

Jean-Claude Rabbat, président de Solution Globale Automobile, reconnaît également qu'il y a encore une poignée de directeurs/directrices que certains concessionnaires laissent à eux-mêmes. «Ce sont bien souvent des gens de la vieille école qui n'ont pas vu au fil des années l'intérêt de peaufiner leurs connaissances, leur art de négociation pour

s'adapter aux nouvelles méthodes. Heureusement, le métier de directeur/directrice de service financier tend à se professionnaliser. Et plus cette profession sera régie, mieux encadrée et riche en formations adéquates pour les recrues et les vétérans, plus les concessionnaires et les clients en sortiront gagnants», conclut-t-il.

EN ATTENDANT D'AUTRES SOLUTIONS

Nouveau fournisseur de produits F&A au Québec, Groupe Premier Québec se préoccupe, lui aussi, de la qualité de la formation des directeurs et directrices des services financiers des concessions automobiles québécoises.

Et cette entreprise, dont la gamme de produits est souscrite par First Canadian, compte bien s'illustrer rapidement aux quatre coins de la province avec une toute nouvelle solution F&A.

Quel est ce nouveau concept ?

«Groupe Premier Québec a mis en place une nouvelle formule qui cadre parfaitement avec les attentes de l'industrie. Pour le moment, il ne nous est pas encore possible d'en dévoiler les détails», avise Jason Ménard, président de GPQ. Ça viendra, dit-il, au cours des prochaines semaines. En attendant, il tient à préciser que cette nouvelle solution répondra en tout point aux besoins des concessionnaires automobiles qui souhaitent bénéficier d'une solide équipe de directeurs et directrices financiers, dont l'expertise, l'efficacité et le respect envers les nouvelles exigences de conformité seront sans reproche.



JASON MÉNARD
Président
Groupe Premier Québec

NE MANQUEZ PAS
UNE SEULE
**OPPORTUNITÉ
D'ACQUISITION.**

49

**OPPORTUNITÉS
DISPONIBLES
INCLUANT...**



... ET PLUS ENCORE.

Restez à l'affût des dernières opportunités d'acquisition.

Suivez DSMA sur LinkedIn ou visitez **DSMA.com**.

**DS
MA**
THE REAL DEAL

VENTES DE VÉHICULES NEUFS AU QUÉBEC

PREMIER TRIMESTRE DE 2021

2018
93 956*

2019
89 119*

2020
67 041*

2021
91 059

Durant les trois premiers mois de l'année, les concessionnaires du Québec ont écoulé 91 059 unités.

Il s'agit d'un **gain de 36 %** par rapport aux ventes de 2020 à pareille date.

Il s'agit d'une performance qui dépasse même de quelques unités les ventes de 2019.

CHEZ LES CONSTRUCTEURS

La majorité des constructeurs ont fait mieux qu'en 2020. Bien sûr, la fermeture des concessionnaires en mars dernier a lourdement nui aux chiffres de 2020. Par contre, si on compare les ventes sur quatre ans, presque la moitié des 21 constructeurs répertoriés ont vécu cette année leur meilleur premier trimestre de cette période.

VOITURES, CAMIONS ET ÉLECTRIQUES

En ce début d'année, la part des **véhicules électriques** continue de grossir et atteint maintenant **5 % des ventes totales** de véhicules neufs.

Inversement, la pointe de tarte des voitures continue de rétrécir et se retrouve aujourd'hui en dessous de 18 % (excluant les voitures électriques).

VENTES AU PREMIER TRIMESTRE	2021	2020
ÉLECTRIQUES	4 527*	1 139
VOITURES	16 110	17 033
CAMIONS	70 422	48 869
TOTAL DES VENTES	91 059*	67 041

	2021	2020	2019	2018
General Motors	14 049	8 868	10 786	12 913
Toyota / Lexus	10 796	8 171	10 612	10 671
Ford / Lincoln	9 844	7 139	10 159	10 271
Nissan / Infiniti	8 015	5 227	8 396	9 212
Hyundai / Genesis	7 724	6 513	7 601	6 505
FCA	7 997	5 960	6 711	7 938
Honda / Acura	6 807	6 134	9 330	8 952
Kia	5 335	3 753	4 695	4 204
Mazda	4 546	3 184	4 618	5 653
Subaru	3 703	3 118	3 541	3 543
Volkswagen	3 228	3 116	4 281	4 271
Mercedes-Benz / smart	1 920	1 565	1 963	2 532
Audi	1 775	1 174	1 553	1 894
Tesla	1 557	n.d.	n.d.	n.d.
Mitsubishi	1 300	1 373	1 804	1 938
BMW / MINI	1 398	879	1 646	1 889
Volvo	589	317	502	498
Land Rover	415	288	404	470
Porsche	357	143	313	307
Jaguar	86	111	185	263
Maserati	21	6	19	32

* Ventes de Tesla exclues

Profitez d'un service personnalisé en financement disponible 7 jours sur 7

Contactez votre conseiller Desjardins pour en savoir plus.



CHIFFRES DÉCHIFFRÉS

VÉHICULES 100 % ÉLECTRIQUES

Marque	Modèle	2021	2020
Chevrolet	Bolt	1216	588
Tesla	Modèle Y	870	n.d.
Hyundai	Kona EV	776	n.d.
Tesla	Modèle 3	674	n.d.
Ford	Mach-E	403	0
Hyundai	Ioniq EV	251	n.d.
Kia	Soul EV	125	130
Kia	Niro EV	158	n.d.
Nissan	Leaf	111	358
Audi	e-tron	51	34
Porsche	Taycan	24	6
MINI	Cooper SE**	22	n.d.
BMW	Série I	8	18
Tesla	Modèle S	7	n.d.
Tesla	Modèle X	6	n.d.
Jaguar	I-Pace	5	5
Polestar	1	n.d.	n.d.
Polestar	2	n.d.	n.d.
Volkswagen	e-Golf	n.d.	n.d.
Volvo	XC40 EV	n.d.	n.d.
Total		4527	1139
Part de marché			5%

VOITURES À CARBURANT ET HYBRIDES

Marque	Modèle	2021	2020
SOUS-COMPACTES			
Chevrolet	Spark	504	428
Kia	Rio	351	286
Nissan	Versa	207	0
Toyota	Yaris	176	395
Honda	Fit	102	112
Mitsubishi	Mirage	82	113
Toyota	Prius c	1	31
Hyundai	Accent	0	293
Nissan	Micra	0	625
Total		1423	2283
Part de marché			9%
COMPACTES			
Toyota	Corolla	2154	1785
Honda	Civic	1647	2041
Hyundai	Elantra	1233	1243
Nissan	Sentra	877	425
Volkswagen	Golf	832	1159
Mazda	3	795	666
Volkswagen	Jetta	741	749

Marque	Modèle	2021	2020
Kia	Forte	727	792
Subaru	Impreza	315	556
Hyundai	Ioniq**	137	593
MINI	Clubman	16	16
Honda	Insight	8	12
Chevrolet	Cruze	0	74
Total		9482	10111
Part de marché			59%
INTERMÉDIAIRES			
Toyota	Prius	462	787
Toyota	Camry	420	377
Ford	Fusion	200	230
Honda	Accord	183	179
Chrysler	300	167	0
Hyundai	Sonata	100	103
Dodge	Charger	95	27
Nissan	Altima	84	75
Chevrolet	Malibu	82	101
Kia	K5	80	0
Subaru	Legacy	61	103

Coaching et distribution de produits financiers. À travers notre soutien, augmentez vos résultats!

Coaching en 3 volets, ateliers en groupe, développement individuel
et rencontre de vos clients afin de démontrer par l'exemple.

Plusieurs
ateliers
pour
2021 !

- La conversion bancaire en 6 niveaux
- Les plans de protection
- L'ADN de la demande de crédit
- L'assurance crédit
- L'assurance de remplacement
- Les 5 phases
- Les bureaux de crédit
- Les profils de personnalité

"Le succès d'un département F & A passe par la transparence du processus"

Socialement distants - Virtuellement unis !



Jean-Claude Rabbat
514 949-5905
jc@solutionautomobile.ca

Nous rencontrer, c'est nous adopter !

DISTRIBUTEUR AUTORISÉ
DES PRODUITS **SSQ**

Offrez à vos clients un financement flexible qui correspond à leurs besoins

Contactez votre conseiller Desjardins pour en savoir plus.



CHIFFRES DÉCHIFFRÉS

VOITURES À CARBURANT ET HYBRIDES

Marque	Modèle	2021	2020
Volkswagen	Passat	56	50
Mazda	6	47	43
Honda	Clarity	41	205
Volkswagen	Arteon	15	25
Nissan	Maxima	13	23
Buick	Regal	2	21
Chevrolet	Impala	1	8
Toyota	Mirai	1	1
Ford	Taurus	0	1
Buick	LaCrosse	0	7
Kia	Optima	0	89
Total		2110	2455

Part de marché 13 %

SPORTIVES

Ford	Mustang	143	60
Volkswagen	GTI	135	102
Subaru	WRX / STI	125	178
MINI	Cooper / Cooper S	117	82
Mazda	MX-5	106	12
Dodge	Challenger	66	10
Chevrolet	Camaro	64	31
Hyundai	Veloster	19	36
Subaru	BRZ	16	15
Fiat	Spider	6	11
Toyota	86	3	6
Total		800	543

Part de marché 5 %

COMPACTES DE LUXE

Mercedes-Benz	A / CLA	241	288
BMW	Série 2	111	33
Acura	ILX	62	20
Cadillac	CT4	43	0
Audi	A3	21	97
Lexus	CT	0	0
Total		478	438

Part de marché 3 %

Marque	Modèle	2021	2020
INTERMÉDIAIRES DE LUXE			
BMW	Série 3	207	97
Audi	A5	155	106
Audi	A4	137	104
Acura	TL	120	78
Mercedes-Benz	Classe C	111	161
BMW	Série 4	96	24
Lexus	IS	87	36
Infiniti	Q50 et Q60	85	66
Kia	Stinger	68	35
Cadillac	CTS	60	15
Genesis	G70	55	28
Volvo	V60	55	25
Volvo	S60	40	14
Lexus	ES	31	38
Genesis	G80	14	6
Toyota	Avalon	11	10
Alfa Romeo	Giulia	7	10
Lexus	RC	4	2
Cadillac	CTS	3	1
Lincoln	MKZ	1	8
Jaguar	XE	0	2
Total		1347	866

Part de marché 8 %

GRANDES VOITURES DE LUXE

Audi	A6	78	27
Mercedes-Benz	Classe E	65	57
BMW	Série 5	40	71
Audi	A7	30	16
Maserati	Ghibli	11	0
BMW	Série 7	6	4
Audi	A8	5	5
Mercedes-Benz	Classe S	4	12
Porsche	Panamera	4	3
Lincoln	Continental	1	4
Cadillac	XTS	1	0
Genesis	G90	1	1

Marque	Modèle	2021	2020
Lexus	GS	1	2
Volvo	S90	1	1
Acura	RL/RLX	0	3
Cadillac	CT6	0	5
Jaguar	XF	0	2
Jaguar	XJ	0	2
Volvo	V90	0	1
Total		248	216

Part de marché 2 %

SPORTIVES DE PRESTIGE

Porsche	911	44	34
Chevrolet	Corvette	32	22
BMW	Série 8	25	18
Jaguar	F-Type	16	2
Audi	R8	13	1
Mercedes-Benz	GT	11	10
Audi	TT	8	7
Toyota	Supra	8	2
BMW	Z4	7	7
Lexus	LC	7	0
Porsche	Boxster	7	0
Porsche	Cayman	7	0
Mercedes-Benz	SL	4	1
Nissan	GTR	4	2
Nissan	370Z	3	5
Acura	NSX	2	0
Mercedes-Benz	SLK	2	4
BMW	Série 6	0	3
Alfa Romeo	4C	0	3
Total		200	121

Part de marché 1 %

TOTAL VOITURES À CARBURANT ET HYBRIDES 16 110 18 572

CAMIONS À CARBURANT ET HYBRIDES

Marque	Modèle	2021	2020
MICRO UTILITAIRES SPORT (À TRACTION SEULEMENT)			
Nissan	Kicks	1650	789
Hyundai	Venue	712	590
Toyota	C-HR	421	326
Kia	Soul**	273	390
Total		3056	2095

Part de marché 4 %

UTILITAIRES SPORT SOUS-COMPACTS

Hyundai	Kona**	2293	1887
Kia	Seltos	1240	58
Nissan	Qashqai	1049	732
Honda	HR-V	678	711
Mazda	CX-3	540	555

Marque	Modèle	2021	2020
Chevrolet	Trailblazer	527	0
Mitsubishi	RVR	379	405
Ford	EcoSport	172	180
Kia	Niro**	138	237
Buick	Encore	126	648
Chevrolet	Trax	111	86
MINI	Countryman	81	55
Jeep	Renegade	1	6
Fiat	500X	0	1
Total		7401	5561

Part de marché 11 %

UTILITAIRES SPORT COMPACTS

Toyota	RAV4	4085	2318
Nissan	Rogue	2889	1191

Marque	Modèle	2021	2020
Honda	CR-V	2706	1820
Mazda	CX-5	1914	1255
Subaru	Crosstrek	1787	1047
Hyundai	Tucson	1320	1154
Kia	Sportage	1127	733
Volkswagen	Tiguan	954	747
Mazda	CX-30	839	500
Kia	Sorento	692	629
Buick	Encore GX	673	50
Ford	Escape	579	948
Jeep	Cherokee	521	283
Subaru	Forester	483	455
Chevrolet	Equinox	287	451
Mitsubishi	Eclipse Cross	250	245
Ford	Bronco Sport	244	0



FAITES LE SAUT **AVEC NOUS!**
Meilleur programme de remise au Québec



info@garantieautoroute2040.com
1 844 421-2040

VOLVO

En cette année si particulière, nous ne pourrions être plus fiers de tous nos concessionnaires Volvo, qui ont su maintenir la qualité de leurs services. Mais certains d'entre eux se sont surpassés en offrant un service à la clientèle incomparable et en atteignant l'excellence. Joignez-vous à nous pour féliciter les lauréats du Prix Excellence Volvo 2020, une marque de distinction et d'excellence.

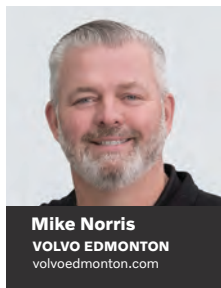
PRIX EXCELLENCE VOLVO 2020



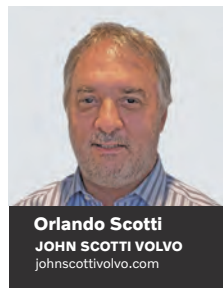
Sylvester Chuang
VOLVO UNIONVILLE
volvounionville.com



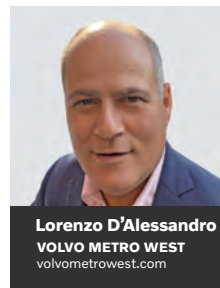
Anthony Taddeo
VOLVO LAVAL
volvolaval.com



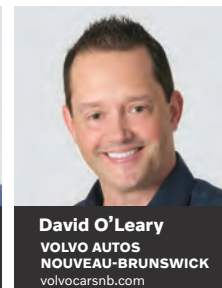
Mike Norris
VOLVO EDMONTON
volvoedmonton.com



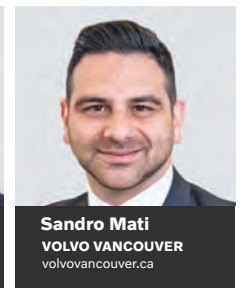
Orlando Scotti
JOHN SCOTTI VOLVO
johnscottivolvo.com



Lorenzo D'Alessandro
VOLVO METRO WEST
volvometrowest.com



David O'Leary
VOLVO AUTOS
NOUVEAU-BRUNSWICK
volvocarsnb.com

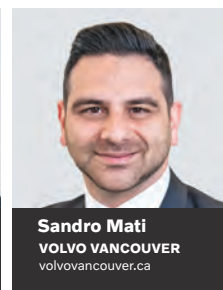
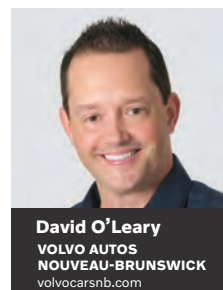
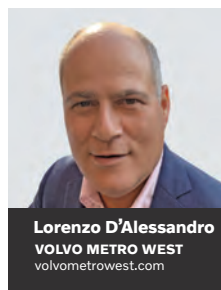
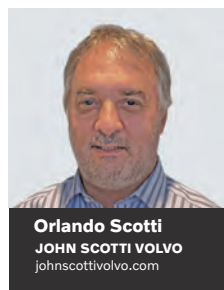
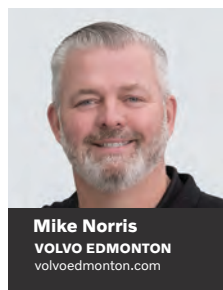
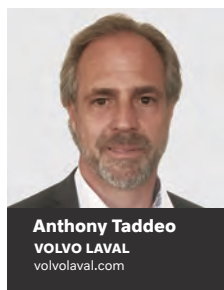


Sandro Mati
VOLVO VANCOUVER
volvovanancouver.ca

V O L V O

En cette année si particulière, nous ne pourrions être plus fiers de tous nos concessionnaires Volvo, qui ont su maintenir la qualité de leurs services. Mais certains d'entre eux se sont surpassés en offrant un service à la clientèle incomparable et en atteignant l'excellence. Joignez-vous à nous pour féliciter les lauréats du Prix Excellence Volvo 2020, une marque de distinction et d'excellence.

P R I X
E X C E L L E N C E
V O L V O
2 0 2 0



TAvantage

CONÇU PAR VOUS! CONSTRUIT AU CANADA

Développés en collaboration avec plusieurs commerçants automobiles canadiens comme vous, nos sites web pour commerçants automobiles TAvantage s'adaptent aisément à votre image d'entreprise et à vos objectifs d'affaires, dans le but de mettre de l'avant vos avantages compétitifs sous leur meilleur jour. Avec de robustes outils de vente au détail numérique, une stratégie bien pensée de référencement SEO qui donne des résultats et une conformité aux plus récentes normes d'accessibilité web, vous serez certain d'avoir un site web aligné sur vos objectifs de concession – et ce chaque jour.



Équipez-vous d'un site qui procure un avantage injuste, avec TAvantage!
Plus de détails à go.trader.ca/fr/TAverage



TRADER