

## Le réseau Car'Go : de l'audace, toujours de l'audace !



« Dans le contexte économique que nous connaissons aujourd'hui, nous estimons que seules les entreprises imaginatives et réactives sortiront de la crise. Notre fil conducteur ? Faire du commerce, au sens premier du terme ! Quand on évolue en période compliquée, l'entreprise doit s'appuyer sur une très bonne organisation, une gestion au cordeau, un relationnel fort et des salariés impliqués .. Et c'est comme cela que nous travaillons ». Ainsi s'exprime **Henry de Saint Leger**, Président Directeur Général du réseau de location de véhicules Car'Go, un des rares groupes de location français indépendant au capital 100% familial. Il donne sa vision

d'entrepreneur sur l'état du marché aujourd'hui et les nouvelles clés pour maintenir l'activité et se développer :

### **Contre le fléchissement du marché de la LCD :**

C'est essentiellement le marché industriel qui s'est détérioré, avec notamment une baisse importante dans le BTP, jusqu'ici gros utilisateur de location ponctuelle. Les besoins du BTP sont toujours existants, mais avec des budgets restreints qui entraînent des négociations financières peu favorables à l'expansion. Pour compenser ce fléchissement, il faut capter une nouvelle clientèle potentiellement utilisatrice de l'offre de l'entreprise ; ce développement s'effectue grâce aux efforts des services commerciaux pour valoriser les différents produits de location et les offres auprès de nouvelles cibles.

### **Fidéliser les clients et optimiser le relationnel**

Le consommateur a aujourd'hui accès à des milliers de produits, en utilisant des supports tels que son ordinateur ou son Smartphone... Sollicité de toutes parts, le client recherche parfois tout simplement une relation chaleureuse avec un fournisseur dont il comprend le langage et la pertinence de l'offre ... « Chez Car'Go, nous comprenons les besoins de nos clients car nous travaillons dans le même environnement. Quelque soit le lieu où se trouvent nos agences en France, notre atout est la proximité, que nous entretenons par un dialogue permanent. Nos clients sont fidèles, car nous leur sommes fidèles... et les respectons! »

### **Les détails qui soutiennent les résultats**

#### **Dans l'entreprise en général :**

- Utilisation des outils mis en place par le gouvernement dans le cadre du plan de relance.
- Forte implication des salariés avec la possibilité, pour ceux qui le souhaitent, de revenir aux 39 heures de travail hebdomadaire, selon le principe du « travailler plus pour gagner plus ». Une proposition très suivie dans l'entreprise.

**En agence :** Développement de formations complémentaires pour les agents de comptoir, en lien avec leur encadrement, de manière à optimiser l'accueil et le relationnel commercial et contribuer à la fidélisation de la clientèle ...

### **Les projets en 2010 ?**

« 2010 sera sans doute encore plus « compliquée » que 2009, mais nous sommes prêts pour de nouveaux enjeux. Nous nous sommes dotés de moyens informatiques très efficaces et polyvalents et 30% des franchisés de notre réseau souhaitent développer d'autres agences sous notre enseigne ».

**HSL**