LES PARTICIPANTS À LA TABLE RONDE

Baptiste Brebion (Responsable des ventes société réseau chez Citroën) :
« Nous disposons aussi de pôles sociétés dans les succursales qui ont pour rôle de gérer des grands comptes avec le soutien des responsables dédiés».

Philippe Flon (Directeur des ventes sociétés et véhicules utilitaires Ford Entreprise) :
« Le client est apporteur d'affaires vis-à-vis du constructeur et de sa captive. Il peut choisir le point de vente où il va toucher et faire entretenir ses véhicules ».

Dominique Gobin (Directeur des ventes flottes et véhicules d'occasion chez Hyundai Motor France) :
« L'ensemble du réseau vend aux entreprises. Nous avons mis en place des centres entreprises dans les principales villes de France ».

Laurent Lecouturier (Directeur des ventes de Leaseplan France) :
« Nous exigeons de nos clients de faire entretenir les véhicules de l'entreprise dans le réseau de la marque ».

Jean-Camille Pouliot (Responsable opérations commerciales Citroën Business Finance) :
« Le premier critère de fidélité est l'expérience vécue par le client dans le réseau. Il faut que nous puissions proposer cette qualité de réseau partout dans notre réseau ».

Olivier Presse (Manager entreprises, véhicules utilitaires et VO chez Opel France) :
« La qualité de service de l'après-vente est essentielle pour la satisfaction de la clientèle des sociétés ».

Jean-Loup Savigny (Directeur Général d'Arval SME Solutions France) :
« Les concessionnaires ont toujours été un excellent canal de distribution pour toucher les entreprises en local».

Cyrille van Belleghem (Directeur des ventes et du développement réseau Porsche France) :
« Nous nous efforçons à rendre nos équipes toujours plus polyvalentes notamment du point de vue de la fiscalité et du financement ».