



Programme d'expérience propriétaire de Subaru Canada



Le TOUT NOUVEAU programme de fidélisation de la clientèle (BCR) a été amélioré et comporte davantage d'options, de caractéristiques et de souplesse afin d'accroître votre visibilité auprès des propriétaires, d'approfondir vos relations, de générer de l'achalandage pour les travaux de détail et de bâtir des communications plus ciblées.



Les concessionnaires entretiennent plus de véhicules,
plus souvent – ce qui se traduit par une meilleure expérience.



Programme de fidélisation de la clientèle Subaru (BCR)

Le programme de gestion des relations avec la clientèle proposé par Epsilon est fondé sur le cycle de propriété. Il est conçu pour communiquer avec les clients de manière systématique et coordonnée, depuis l'achat du véhicule neuf jusqu'au moment d'échanger ce véhicule pour effectuer un nouvel achat. Le programme BCR fait appel à des envois postaux stratégiques, des courriels et des appels d'agents en direct pour tisser et entretenir les liens avec la clientèle.

Aucun autre programme n'offre une telle polyvalence, avec des rapports en ligne pratiques et des campagnes de marketing complémentaires stratégiques pour cibler les possibilités existant dans votre base de données, communiquer avec les clients et améliorer le taux de réponse. Le programme BCR est par ailleurs appuyé par une équipe chevronnée de spécialistes d'Epsilon Marketing, qui travailleront à vos côtés en vue d'atteindre vos objectifs de vente et de service après-vente. Notre équipe procédera en outre à une revue mensuelle de la performance de votre concession et répondra à toute question que vous pourriez avoir.

Un programme BCR amélioré pour votre succès

Grâce à toutes ces nouvelles caractéristiques, vous serez à même de développer des communications marketing plus efficaces et mieux ciblées, qui vous aideront à accroître la rétention de la clientèle, la loyauté et le taux de rachat, le tout en assurant une expérience client de premier plan. L'ajout de nouveaux canaux médias a pour but de développer les connaissances relatives aux besoins d'entretien et de promouvoir les avantages des services disponibles chez les concessionnaires Subaru.

Les points de contact de l'expérience propriétaire Subaru



La Connexion propriétaires vous aide à tisser et entretenir des liens plus solides avec les clients, au moyen de messages instructifs sur le service après-vente qui placent votre concession à l'avant-plan dans les communications suivantes.



1. Nouveaux clients des ventes/du service après-vente

Il est important de toujours commencer du bon pied avec les nouveaux clients des ventes et du service après-vente. C'est pourquoi le programme BCR a prévu un volet spécifique pour renforcer la relation client/concessionnaire dès le départ. Il comprend des publipostage et des courriels importants pour remercier le client de son achat ou de sa première visite de service, ainsi qu'un rappel du premier entretien, qui inclut l'appel d'un agent en direct. Le programme BCR permet de bien amorcer une relation durable.

2. Clients actuels

Il a été démontré que les clients sollicités font généralement plus de visites et dépensent davantage sur les services que les clients non sollicités. C'est pourquoi il est essentiel d'être régulier dans vos communications avec vos principaux groupes de clients pour veiller à ce que l'activité se fasse en temps opportun et que l'entretien adéquat soit effectué.

En outre, le programme BCR obéit à une séquence de communications stratégiques de publipostage, de courriels et d'appels d'agents en direct, afin que chaque client reçoive le bon message, au moment opportun.

3. Clients inactifs [12 à 18 mois]

C'est le sort regrettable de chaque concessionnaire que de perdre des clients avec le temps, pour de multiples raisons. Le programme BCR a été conçu pour vous aider à regagner ces clients au moyen de messages sur mesure, qui s'inscrivent dans le processus de « RECONQUÊTE » des clients inactifs. Ce processus débute 60 jours après la troisième date d'entretien manqué. En cas de non-réponse, ce processus amorce une série d'appels, de publipostage ou de courriels, jusqu'au 150e jour, dans une tentative de renouer les liens et d'encourager le client à effectuer une visite d'entretien.

4. Clients orphelins [18 à 24 mois]

Vise à solliciter vos clients ayant déserté le service après-vente, la date de leur dernière visite remontant à 18 - 24 mois. Cette facette du programme BCR prévoit un envoi unique aux clients concernés, dès le début du programme. Cela peut contribuer à accroître l'achalandage et fournir la plus vaste base de données possible pour les sollicitations du programme BCR.

Le contact avec le client peut se faire par publipostage et par courriel. Consultez votre représentant pour tous les détails.



Bâtir l'expérience client avec le programme BCR.

Le parcours client pendant l'expérience de propriétaire a été conçu pour créer une fidélité à la marque tout en augmentant la fréquence des visites des clients et en exécutant des communications cohérentes.

Avantages

- Communications cohérentes et personnalisées, en temps opportun.
- Chaque point de contact délivre un message pertinent et adapté au client.
- Renforcement constant des connaissances autour des avantages du service chez le concessionnaire Subaru.
- Hausse des revenus de travaux payés au détail – (ventes de main-d'œuvre et de pièces).
- Diminution de la défection et du magasinage comparatif.
- Outils de communication multicanal et capacités évoluées de rapports et d'analyses.
- Permet de créer des achats renouvelés et de susciter la considération pour la marque.
- Dans l'ensemble, excellente EXPÉRIENCE et SATISFACTION des clients.

Communiquez avec l'administration du programme pour de plus amples renseignements

Votre représentant local est prêt à répondre à vos questions.
Options de courriel et de publipostage incluses avec chaque campagne.

1-877-641-6154

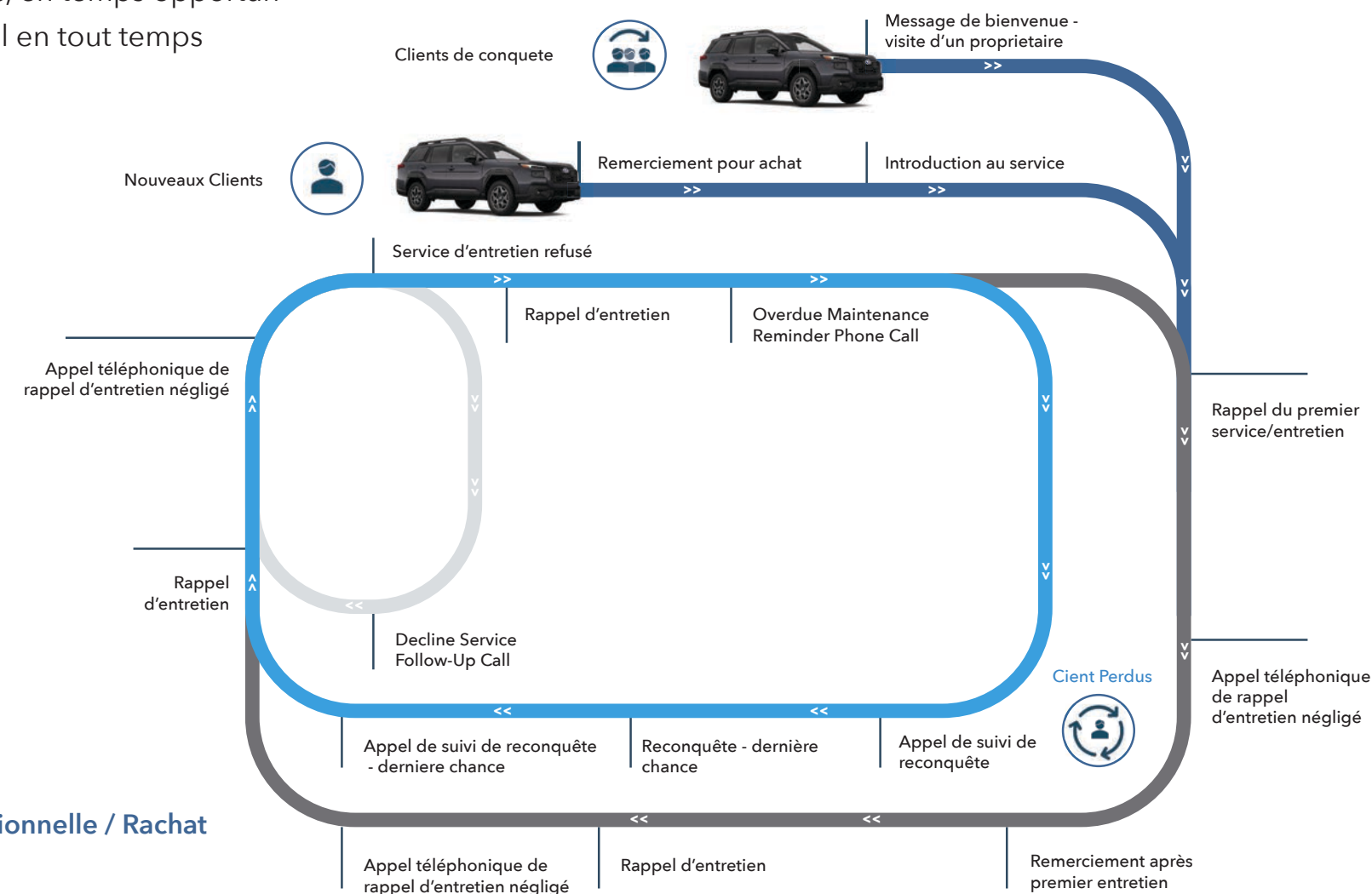
BCR

Programme de fidélisation de la clientèle

Parcours du client

Communications intégrées pendant le cycle de propriété

- Messages pertinents, en temps opportun
- Approche multicanal en tout temps



Acquisition Client

Fidélisation / Vente additionnelle / Rachat

Reconquête

Après-service

Des communications uniques et ciblées, des résultats extraordinaires.

Le programme d'outils et de processus de marketing BCR permet de communiquer avec les clients au bon moment, avec la bonne offre, en fonction des préférences de communication (Publipostage ou courriel), le tout s'échelonnant sur 13 points de contact uniques, du Remerciement pour achat au Rappel du premier service/entretien, jusqu'au Rachat. L'objectif ultime est de maintenir les clients mobilisés. Pour profiter de ces avantages, vous devez être inscrit au programme BCR.

Courriel



Publipostage

(Cartes postales / Dépliants à pli simple))




Le programme BCR garde les clients à proximité et permet d'identifier les opportunités. Le programme BCR communique aux clients l'importance de confier l'entretien aux professionnels spécialisés de Subaru et met en lumière comment vous pouvez améliorer leur expérience de propriétaire

BCR

Les données permettent un ciblage précis des clients


Reconquête

Lorsque les clients ont été absents pendant 12 -18 mois, cette communication renforce les avantages de l'entretien automobile et inclut des offres spéciales et un message rappelant au client de prendre un rendez-vous d'entretien. Il s'agit d'une seconde chance pour démontrer que votre concession devrait être le premier et l'unique choix pour l'entretien automobile. La rétention de ces clients permet de hausser la fidélisation des propriétaires et les ventes de services d'entretien.



Client retenu

12,9 %




Dépense moyenne par BT

449 \$


Service d'entretien refusé

Afin de garder les clients informés, ce point de contact sert à rappeler au propriétaire de revenir à la concession pour faire réaliser le service d'entretien refusé dans le but de maintenir le véhicule en bon état.



Taux de réponse

20 %



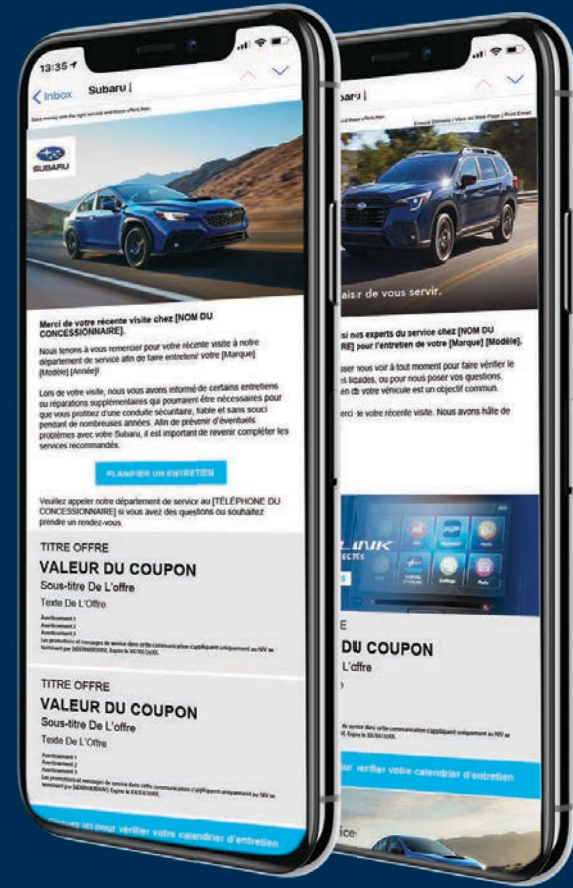
Dépense moyenne par BT

431 \$

(20% du taux de réponse est généré par l'appel téléphonique de suivi.)

Concevoir un courriel qui incite à cliquer.

Avec leur design et leur message invitants qui mobilisent les clients, ces courriels améliorés sont conçus pour générer davantage de travaux payés au détail, renseigner sur les services d'entretien additionnels et les soins recommandés par Subaru, et développer la loyauté à long terme.



Courriel de remerciement

Courriel de remerciement pour entretien

MARKETING PAR COURRIEL

Courriel de rappel d'entretien

Subaru entête de courriel

Messages d'entretien

Message principal du concessionnaire

Schémas d'usure des freins et des pneus

Panneaux marketing à personnaliser par le concessionnaire

Coordonnées et heures d'ouverture du concessionnaire

Lien du concessionnaire pour prendre rendez-vous

Notices légales

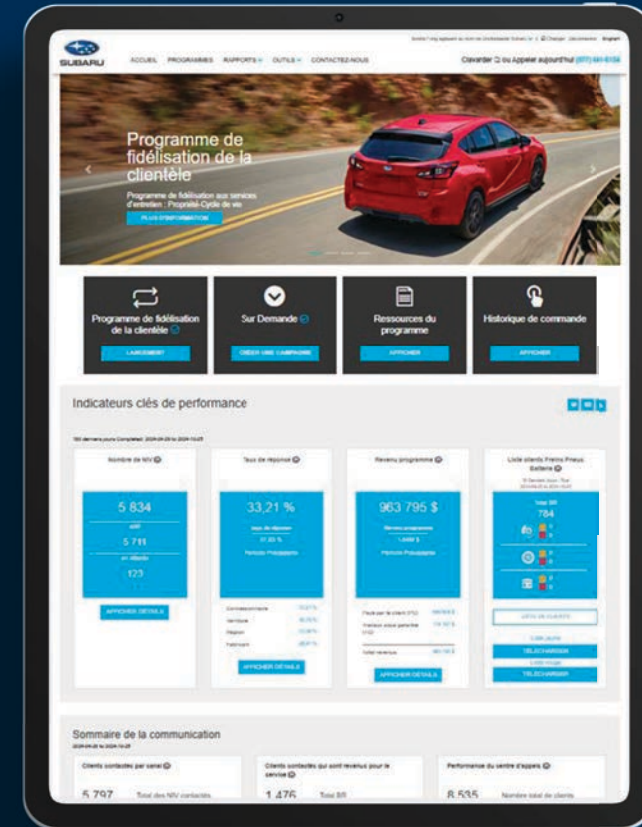


Analyse des résultats

Notre outil de rapports exhaustif vous aide à faire le suivi de la performance et à prendre des décisions éclairées afin de tirer le meilleur parti de vos efforts marketing.

Il vous est désormais possible d'accéder à un éventail de rapports du programme BCR via le portail à signature unique (SSO).

- Mesure le succès des actions du programme
- Rapports sur les opportunités client pour faire le suivi et inciter le passage à l'action
- Mesure le taux de pénétration des ventes poussées par les conseillers; utilisation de codes d'opération
- Aide à cerner les opportunités de profits accrus
- Permet le suivi d'efficacité des campagnes
- Rapports de performance du centre d'appels



Subaru Portail SurDemande



Marketing Sur Demande

Le marketing Sur Demande propose toujours davantage d'options pour vous aider à mobiliser vos clients et les inciter à l'action. Chaque communication inclut un concept créatif et un message qui captent l'attention.



Choix de multiples options créatives

Message prédéfini qui insiste sur l'importance du service

Nom du Concessionnaire et location

Personnalisation de chaque campagne avec une sélection d'offres multiples

Améliorez votre expérience de conduite avec les accessoires pour véhicules Subaru. Conçus et fabriqués pour s'adapter parfaitement à votre Subaru, ces accessoires offrent une durabilité, des performances et une commodité supérieures.

Que vous cherchiez à améliorer l'attrait esthétique de votre véhicule, à augmenter sa fonctionnalité ou simplement à le personnaliser pour correspondre à votre style de vie, les accessoires Subaru sont la solution idéale. Des porte-bagages de toit pour les aventuriers aux tapis de sol pour un entretien facile, il y a un accessoire pour chaque besoin. De plus, investir dans des accessoires Subaru ajoute de la valeur à votre véhicule tout en assurant sa longévité et ses performances optimales.

Choisissez les accessoires Subaru pour rendre chaque voyage inoubliable.

PRENEZ RENDEZ-VOUS EN LIGNE OU EN APPELANT AU DISERVICEPHONE DES MAINTENANT.

ACCESOIRES D'ORIGINE SUBARU

DINAME
DIADDRESS1
DICITY, DISTATECODE DIZIPCODE
DISALESPHONE
DIDEALERMAINWEBADDRESS

HEURES DU SERVICE :
DISERVICEHOURS1
DISERVICEHOURS2
DISERVICEHOURS3
DISERVICEHOURS4

Subaru Genuine Accessories

Some Subaru owners get personal satisfaction from installing Subaru Genuine Accessories to personalize their vehicle. Bring this coupon to your Parts Department and save.

\$XX.XX OFF
Subtotal (optional)

Protecting Your Investment

Remember how excited you were when you first drove your new Subaru? Remember how proud you were to show it off to friends? Adhering to the Scheduled Maintenance Guide is an essential part of the proper maintenance of your Subaru. The Six Star Service offered by the certified Subaru factory-trained technicians at your local Subaru Dealer has made it easier than ever to protect this pride of yours.

Termes et conditions : Les noms, logos et slogans de Subaru sont des marques de commerce détenues ou exploitées sous licence par Subaru Canada Inc. ©2024 Subaru Canada, Inc. Tous droits réservés.

Appel à l'action pour prendre rendez-vous

Heures d'ouverture du service chez le concessionnaire

Options de courriel et d'envois postaux incluses avec chaque

Courriel Sur demande

Les communications Sur Demande mettent l'accent sur un sujet et un thème spécifiques. Vous pouvez les envoyer à tout moment, quand vous en faites la « demande ». Il suffit de trois étapes faciles : sélectionnez un thème de campagne, précisez l'audience cible que vous souhaitez rejoindre, ajoutez une offre sur l'entretien automobile puis sauvegardez le tout.

Subaru entête de courriel

Concept créatif et message accrocheurs pour capter l'attention et inciter à l'action

Message prédéfini qui insiste sur l'importance du service

Appel à l'action pour prendre rendez-vous en ligne

Vaste bibliothèque de coupons pour personnaliser votre message marketing



Courriel

SUR DEMANDE



RECALL
OPPORTUNITY

Sur demande campagnes ouvertes

Cette initiative permet de cibler les clients dont le véhicule fait l'objet d'une campagne de rappel non résolue. Un moyen simple et efficace de communiquer avec les clients et de leur rappeler de prendre rendez-vous pour faire effectuer le service recommandé. À personnaliser par les concessionnaires, qui pourront choisir des campagnes spécifiques, utilisant le courriel, le publipostage ou les deux.



Bientôt disponible...

Les données de rappel seront intégrées directement dans le portail, rendant la création de campagnes plus simple et plus rapide dès la relance de la fonctionnalité au début du deuxième trimestre 2026.

SUPPORT
PROGRAM

Notre engagement envers vous

Directeur/Directrice de compte

- Visites fréquentes en concession (calendrier de visites établi)
- Revue d'utilisation (revue de performance, opportunités et résultats)
- Meilleures pratiques marketing
- Revue annuelle du compte

Représentant/représentante des services de marketing

- Analyse des rapports mensuels de gestion
- Conseiller en solutions
- Mise à jour/perfectionnement des publipostage
- Analyses continues de la base de données

Services complets et soutien local

- Centre d'appels bilingue
- Production d'imprimés
- Équipe interne de soutien
- Soutien des ventes à l'échelle locale

Votre équipe BCR Subaru

Notre équipe fonctionne en pôles collaboratifs, chacun avec des rôles définis afin d'assurer une couverture complète sur le terrain et un soutien optimal aux programmes des concessionnaires. Grâce à des consultants dédiés et à des chargés de marketing bilingues, nous offrons une présence d'est en ouest, prêts à accompagner les concessionnaires avec des solutions personnalisées et des conseils adaptés.

Les consultants (équipe sur le terrain) – sont vos experts de catégorie, qui travaillent avec l'équipe du détaillant pour la conseiller quant aux meilleures pratiques et identifier les opportunités. Notre rôle n'est pas de vendre, mais bien de soutenir le programme de fidélité (BCR), et les objectifs de service après-vente du détaillant (catégories de données, marketing et rétention).

L'équipe de soutien marketing vous assiste pour la maintenance du programme. Ces cinq personnes sont en quelque sorte une extension de votre concession. Elles sont à votre service pour stimuler et développer la loyauté ainsi que rehausser l'expérience client. Cette équipe polyvalente travaille main dans la main pour appuyer votre succès. Des analyses de données et opportunités au nettoyage de base de données en passant par l'orientation créative et le soutien du portail, Epsilon est là pour vous aider à atteindre vos objectifs de rétention et de marketing.





Epsilon[®]

Programme de fidélisation de la clientèle (BCR) de Subaru Canada

Communiquez avec l'administration du programme pour de plus amples renseignements

1-877-641-6154