

Product Clinics

Le client a toujours raison

/ Nous avons assisté à ce que l'on appelle une « Product Clinic » : il s'agit d'un test au cours duquel de 300 à 500 clients potentiels évaluent un modèle en cours de développement.

/ Les participants jugent et cotent l'intérieur et l'extérieur d'un véhicule en analysant son confort, son habitabilité, son style et même le son produit par ses portières!



Un homme ouvre la porte arrière d'une voiture. Puis il la referme en écoutant le son que cela produit. Il ouvre et referme à nouveau la porte puis répète encore la même opération deux fois de suite. Satisfait, il encode une note sur sa tablette digitale. Dans le même temps, une femme est assise au volant de la voiture: elle allume les feux de croisement et sort de la voiture. Elle va devant le véhicule et inspecte les phares. Après quoi, elle aussi encode une note sur sa tablette. Puis elle se remet au volant et passe en feux de route. Elle ressort ensuite de la voiture et inspecte à nouveau le faisceau lumineux avant d'encoder une nouvelle cotation.

Voilà quelques exemples de ce que font les participants à une « Product Clinic ». Ils sont des clients potentiels et il leur est demandé de porter un jugement sur

l'extérieur et l'intérieur d'un modèle en cours de développement, deux ans avant son lancement commercial. L'utilité d'une « Product Clinic » est d' « **identifier les aspects qui peuvent être améliorés à un stade où nous avons encore le temps d'apporter certaines modifications** », explique Enrique Pastor, responsable de la stratégie produit et de l'étude de marché chez SEAT.

Entre 300 et 500 personnes participent à ces ateliers. Elles sont réparties en petits groupes. Certains s'intéressent particulièrement aux textures: « **c'est doux** », commente une dame qui passe les mains sur un volant. Assis à côté d'elle, un homme respire l'odeur du cuir afin de lui attribuer une note. Un autre participant est installé sur la banquette arrière et juge l'espace aux jambes dont il dispose, tandis qu'un quatrième évalue la fermeté des coussins de siège. Une cinquième personne, enfin, est debout derrière la voiture et s'intéresse à la capacité du coffre: « **c'est spacieux** », murmure-t-elle pour elle-même... Tous les participants vont de gauche et de droite et encodent des notes sur leur tablette, à propos de tel ou tel aspect de la voiture, qu'ils scrutent comme des experts.

Trois « Clinics » sont organisées au cours des trois années qui précèdent le lancement d'un nouveau modèle. La première évalue la viabilité du concept. La deuxième se concentre sur le produit et la troisième est consacrée essentiellement au positionnement commercial. Chaque « Clinic » est riche d'enseignements et, dans certains cas, une modification apportée à un modèle est le résultat d'observations faites par des acheteurs potentiels. Un exemple? Laissons la parole à Enrique Pastor: « **Sur un modèle que nous lancerons bientôt, on a découvert que la position de conduite était trop basse et on a fait ce qu'il fallait pour la relever.** » Et Enrique de poursuivre: « **si les résultats d'une 'Clinic' sont vraiment mauvais, le lancement du modèle peut être ajourné. Mais je dois dire que ce n'est jamais arrivé chez SEAT!** »

SEAT est la seule entreprise de son secteur à détenir toutes les capacités nécessaires pour créer, développer, produire et commercialiser des voitures en Espagne. Marque du Groupe Volkswagen, la multinationale, dont le siège se trouve à Martorell (Barcelone), exporte plus de 80% de ses véhicules vers 75 pays. En 2015, SEAT a vendu quelque 400.000 voitures dans le monde, ce qui constitue son meilleur résultat depuis 2007.

Le Groupe SEAT emploie 14.000 personnes dans ses trois centres de production de Barcelone, El Prat de Llobregat et Martorell, où il produit notamment les très prisées Ibiza et Leon. Par ailleurs, SEAT construit l'Alhambra au Portugal, la Mii en Slovaquie et la Toledo en République tchèque.

SEAT dispose également d'un Centre technique, une « plateforme du savoir » où travaillent près de 1.000 ingénieurs, qui a pour vocation de jouer un rôle moteur en termes d'innovation pour le premier investisseur industriel en Recherche & Développement d'Espagne. Respectant son engagement en faveur de la protection de l'environnement, SEAT fonde son activité principale sur le développement durable, en particulier sur la réduction des émissions de CO₂ et l'augmentation de l'efficacité énergétique.