



CRM : intérêt et mise en œuvre dans le secteur automobile

3 Questions de recherche :

- ✳ Le CRM est-il considéré comme un outil performant pour les salariés ?
- ✳ L'adoption d'une logique CRM : l'apanage des salariés eux-mêmes ou fort impact de la formation ?
- ✳ L'implication du dirigeant : influence significative de l'intégration technologique ?

Méthodologie mise en œuvre :

Enquête quantitative: Google form et linkedin, Entreprises de financement automobile, concessions et/ou mandataires automobiles

Echantillon: 75 personnes : hommes: 45,3%, femmes: 52% / Age: 26,7% entre 20 et 25 ans, 28% entre 26 et 29 ans, 34,7% entre 30 et 39 ans / 8% entre 40 et 49 ans et seulement 2,6% plus de 50 ans /

Résultats :

- ✳ - Une aide au développement des performances (88% des répondants)
 - 86,7% des répondants utilisent un CRM dans le cadre de leur travail.
 - 89,3% des répondants ne considèrent pas le CRM comme représentant une contrainte au quotidien
- ✳ - Seuls 13% des répondants utilisent un CRM sans être formés
 - 80% des utilisateurs ont été formés.
 - plus de la moitié des personnes n'ayant pas reçu de formation sur l'outil ne l'utilisent pas tous les jours
 - investissement de la part des salariés nécessaire pendant et à la suite de la formation
- ✳ - 73,3 % des répondants affirment que la logique CRM s'inscrit comme une véritable volonté de la part du dirigeant