

Aramisauto : poursuivre la croissance en conservant l'esprit startup grâce aux méthodes lean

Paris le lundi 04/12/2017

Les forces des startups : créativité, esprit d'initiative, fluidité des échanges.

Parfois, ces atouts peuvent être fragilisés quand la réussite est au rendez-vous et que l'entreprise grandit. En effet, la croissance de l'activité et des effectifs impose un minimum de structuration des process, avec le risque de voir disparaître l'esprit qui a été la raison même de leur succès.

Comment préserver les clés de la réussite d'une start-up quand elle grandit et devient une entreprise de plus de 500 collaborateurs ?

Comment poursuivre la mission de l'entreprise : « rendre toujours plus facile l'achat d'une automobile », rester concentrés sur les clients, quand on grandit et qu'on est distrait par des problématiques internes ?

C'est une question à laquelle Nicolas Chartier et Guillaume Paoli, fondateurs d'Aramisauto, ont trouvé une réponse efficace depuis 6 ans, en plaçant le lean management au cœur de leur stratégie managériale.

Renommé « Haka » en interne (Aramis Amélioration Continue), son objectif est de conserver et encourager au sein de l'entreprise l'esprit d'initiative, le sens des responsabilités et l'engagement, le tout pour la satisfaction des clients.

Après avoir révolutionné les codes de la vente automobile, Aramisauto révolutionne ses codes managériaux en déployant le lean management

Le « lean », souvent mal compris, est une méthode de gestion japonaise mise en place pour la première fois chez Toyota avec pour objectif d'augmenter la satisfaction des clients tout en optimisant les processus pour augmenter la performance de l'entreprise.

La méthode lean repose notamment sur la stratégie « des petits pas ». Elle s'appuie sur l'amélioration continue, sur la confiance entre l'entreprise et ses clients, entre l'encadrement et les salariés et entre l'entreprise et ses fournisseurs.

Obeya, Kaizen... : des outils d'apprentissage et de management participatif

Les collaborateurs doivent se saisir des outils Lean pour améliorer la satisfaction des clients et la qualité de leur travail. Le manager n'est plus celui qui fait *faire* mais celui qui fait *apprendre*.



Photo L'obeya au siège d'Aramisauto

Une dynamique de conduite du changement, pour apporter plus de valeur aux clients finaux

Au quotidien, la hiérarchie s'efface afin de favoriser la créativité des équipes. La créativité suppose en effet la possibilité d'exposer ses idées dans un climat fertile et bienveillant. C'est une condition indispensable à l'innovation.

C'est dans cette optique qu'Aramisauto a développé son modèle managérial, basé sur l'autonomie des collaborateurs et l'innovation. Les collaborateurs phosphorent dans des « *obeya* » (« *grande salle* » en japonais), des espaces dédiés au pilotage de projets, où les équipes sont engagées dans tout le processus décisionnel au service du client. L'information est disponible et gérée collectivement via des réunions courtes et périodiques. On s'écoute ; on partage les faits et les décisions ; on trouve ensemble une solution aux dysfonctionnements ; on définit les priorités.

Grâce à l'Obeya, l'équipe devient plus agile. Dans la mesure où l'information est affichée, précise et partagée, l'équipe montre plus d'efficacité pour réagir aux aléas.

Le Kaizen, est une autre composante du Lean management utilisée chez Aramisauto pour piloter des projets transverses et ainsi éliminer les silos propres au grand groupe. « Kaizen » veut dire « Amélioration Continue », mais également Améliorations Progressives par petits pas, de chacun, à tous les niveaux de l'entreprise, pour :

- **améliorer la productivité tout en valorisant les individus sur leur poste de travail,**
- **produire plus de valeur avec les ressources dont on dispose.**

En plaçant la qualité du travail et le développement des salariés au cœur du management et de l'organisation du travail, le Kaizen invite toutes les parties prenantes de l'entreprise à être associées à la création de valeur, pour les clients, pour les salariés, et pour un développement durable.

Concrètement : des offres commerciales et des services optimisés

La méthode lean irrigue l'entreprise, et est au cœur de l'amélioration de la satisfaction client, mesurée avec le Net Promoter Score¹, qui dépasse désormais les 50%.

Un exemple parmi d'autre d'optimisation : par la mise en place d'un **flux de véhicules « tiré »** à l'agence des Ulis, déployé ensuite nationalement, Aramisauto a sensiblement réduit le délai de livraison à ses clients : les voitures sont livrées à la demande du client, et non à la demande du siège qui auparavant avait tendance à « pousser » les voitures, quitte à désorganiser l'agence.

Un exemple d'innovation continue, une équipe pluridisciplinaire se réunit, expérimente et fait progresser « l'expérience visuelle » de nos clients, à savoir les photos et vidéos de présentation des véhicules. Plus de 85% des clients Aramisauto achètent désormais leur voiture sans l'avoir vue physiquement, et les équipes appliquent les méthodes lean afin de faire progresser cette expérience.

¹ Net Promoter Score (NPS)

Indicateur de fidélité développé par F. Reichheld, consistant à demander aux clients : « Quelle est la probabilité que vous recommandiez [l'entreprise ou la marque X] à un ami ou à un collègue ? » La réponse est donnée sur une échelle de Likert de 0 (« Tout à fait improbable ») à 10 (« Tout à fait probable »). On retient le pourcentage de clients qui ont répondu 9 ou 10 et on en retire celui des clients qui ont répondu 0 à 6 pour obtenir le NPS (qui est fréquemment négatif).

A propos de Aramisauto

« Vous faisiez comment pour acheter votre voiture avant ? » Depuis sa création, Aramisauto.com transforme l'achat et la vente automobile (achat intégral en ligne, satisfait ou 100% remboursé, véhicule d'occasion reconditionné en usine) et propose aux consommateurs des solutions simples, uniques et innovantes pour changer de voiture en toute confiance.

Aramisauto.com propose 2 000 modèles de véhicules de plus de 30 marques et a commercialisé plus de 32 000 véhicules en 2016. L'entreprise emploie 500 collaborateurs et a servi depuis sa création plus de 170 000 clients particuliers.

Aramisauto.com simplifie la vie des automobilistes via une solution globale 100 % digitalisée, mais aussi par téléphone et dans ses 29 points de vente. Pour en savoir plus sur la façon dont Aramisauto.com réinvente l'achat et la vente automobile, rendez-vous sur notre site dédié aux journalistes et influenceurs, newsroom.aramisauto.com

Suivez l'actualité Media de Aramisauto.com | Agence Rumeur Publique

Romain Spinazzé – 01 82 28 37 25 – romain@rumeurpublique.fr

Hélène Laroche – 01 55 74 52 15 – helene@rumeurpublique.fr

