



# Dossier de presse

## Contexte

Produit vivant et constamment en mouvement, une montre doit être révisée tous les 5 à 6 ans. Le service après-vente (SAV) s'occupe d'entretenir, vérifier et réparer les produits horlogers. Ce service permet de pérenniser le produit et maintenir sa valeur intrinsèque au fil du temps. Pour les marques, il est un précieux outil de fidélisation du client.

Paradoxalement, seules les grandes manufactures horlogères disposent à l'interne de leur propre réseau de centres de service. Les autres marques s'appuient sur des partenaires indépendants dont le niveau de qualité, tant en ce qui concerne les infrastructures et équipements que les compétences techniques, est très inégal et pour lesquels peu ou aucune visibilité sur le niveau de service offert aux clients est disponible.

Le SAV peut représenter de 5 à 10% du chiffre d'affaires d'une marque horlogère. La croissance continue que connaît le secteur horloger, conjugué à l'évolution des modèles de distribution et aux attentes accrues de la clientèle, augmentera le besoin de SAV à l'avenir.

## SAVinsight SA

Société unique en son genre, SAVinsight SA a été fondée en juin 2021 à Auvernier (NE) en Suisse. Réunissant des compétences-métier pointues, cette start-up dispose également d'une parfaite connaissance de l'industrie horlogère et d'une expérience internationale. Cela lui permet de proposer des solutions uniques, innovantes et personnalisées.

Elle se propose dès lors de seconder les marques horlogères de toutes tailles et gammes dans la gestion et l'optimisation de leur SAV au travers de prestations inédites selon trois axes principaux :

- **Réseau mondial de centres de service**

Constitué de partenaires certifiés, le réseau international de centres de service SAVinsight est mis à disposition des clients horlogers pour assurer le service après-vente de leurs produits. Actuellement en création, ce réseau doit offrir des compétences techniques pointues et des prestations de haut niveau. Il vise à couvrir les principaux marchés horlogers.

Cette organisation permettra aux marques clientes de préserver leur image et leur réputation en améliorant la satisfaction et la fidélité de leur clientèle par un niveau de service inégalé.

- **Plateforme digitale de gestion**

SAVinsight a développé SAM (Service Activity Management), une solution web modulable de gestion du service après-vente. Cette plateforme digitale unique permet la saisie, le partage et le suivi d'informations relatives aux opérations de service. Elle garantit ainsi une vision à 360° et en temps réel de l'activité de service après-vente, mais également de la qualité produit ou des performances des centres de service. Cet outil se veut intuitif avec une interface simple qui s'appuie sur les dernières technologies digitales. L'utilisation de SAM est nécessaire à la certification des membres du réseau SAVinsight et est également proposée à n'importe quel centre de service qui souhaiterait optimiser sa gestion quotidienne du SAV.

- **Conseil, accompagnement et formation**

SAVinsight met son expertise à disposition des marques, des centres de service et des détaillants/points de ventes qui disposent d'un SAV. Son équipe intervient comme consultant externe, tant au niveau de l'organisation globale qu'individuellement sur chacun des centres de service ainsi que sur l'expérience-client. Des mesures d'amélioration sont proposées, de même qu'un accompagnement personnalisé. SAVinsight propose aussi des formations techniques pour spécialistes SAV ainsi que des audits et certifications adaptés aux demandes spécifiques des marques.

Pour les clients horlogers, l'avantage de collaborer avec SAVinsight sera non seulement d'augmenter l'efficacité de leur SAV, mais aussi d'en faire un outil marketing et de fidélisation qui, finalement, leur permettra d'améliorer la satisfaction de leurs clients et d'accroître les opportunités de ventes.

## Ceux qui font SAVinsight

**Roland Hirschi** (CEO et cofondateur) a œuvré plus de 20 ans dans l'industrie horlogère, principalement dans le domaine du SAV international et de l'expérience-client, de la formation professionnelle et de la qualité produit. Son vaste réseau professionnel et son expertise-métier lui permettront de faire le lien avec les clients potentiels et de les accompagner dans leurs démarches d'amélioration continue.

**Stéphane Wiget** (CTO et cofondateur) est au bénéfice d'une expérience pointue de plus de 20 ans dans le domaine digital en général et ERP en particulier. Il a notamment développé la plateforme de gestion SAM (Service Activity Management) propre à SAVinsight et sera chargé de la faire évoluer.

**Jean-Marc Challandes** (technical manager) est depuis 25 ans horloger-rhableur et formateur. Il a notamment assuré la responsabilité, au niveau international, de la formation et du support technique d'une grande marque horlogère. Il s'occupera, entre autres, de l'évaluation technique, de la certification des centres de service et des formations.

## Objectifs

SAVinsight veut se positionner clairement comme le partenaire de référence des marques horlogères dans le domaine du SAV au niveau international.

A moyen terme, SAVinsight va notamment former, consolider et certifier un réseau d'au moins 35 centres de service horloger à travers le monde, essentiellement sur les marchés importants pour l'industrie horlogère suisse tels que l'Asie, la Chine, le Moyen-Orient, les USA et l'Europe.

De même, la société veut mettre à disposition sa plateforme de gestion SAM à tous les centres de service après-vente qui le souhaitent, ceci afin d'en faire un outil incontournable en matière de gestion digitale d'un SAV.

## Contacts

### **SAVinsight SA**

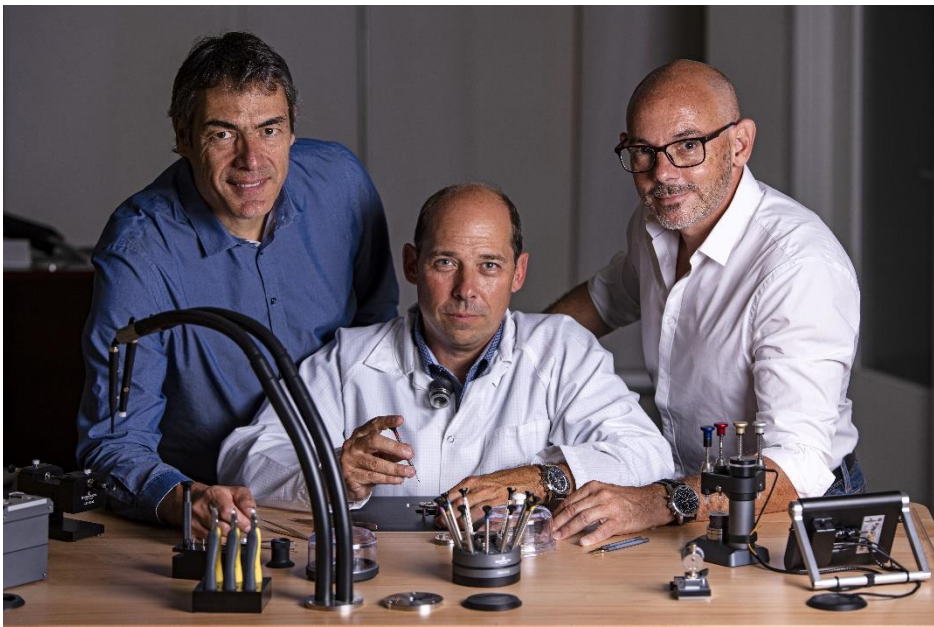
Grand-Rue 13

2012 Auvernier

<https://www.savinsight.com>

Roland Hirschi: +41 79 234 56 10

Stéphane Wiget: +41 79 756 33 33



L'équipe SAVinsight, de gauche à droite : Stéphane Wiget (CTO), Jean-Marc Challandes (Technical manager) et Roland Hirschi (CEO). (Photo tripack.ch)