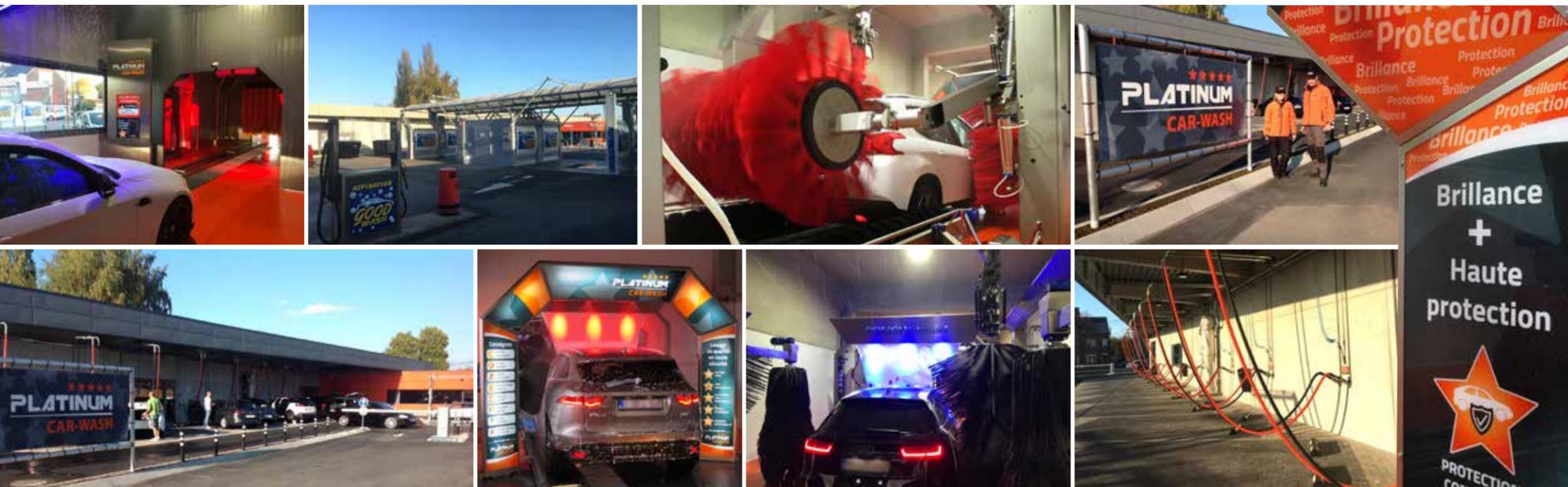


« Les clients doivent revenir chez nous par pur plaisir »

Platinum Car-Wash combine un lavage optimal avec une expérience agréable



Platinum Car-Wash, qui est implanté dans la ville hennuyère d'Ath, est tout simplement une perle rare. Pour ses clients, le passage dans le tunnel de lavage Holz, qui est à la fois spacieux et clair, est une expérience des plus agréables. En sortant du tunnel, les clients peuvent même admirer leur véhicule dans un miroir, un peu comme s'ils étaient dans une salle de bains.

La société Goed-wash, qui est active dans le domaine des self-wash, a récemment lancé son premier tunnel de lavage. « En 2005, nous avons demandé un permis pour construire et exploiter un tunnel de car-wash à Ath, et celui-ci avait été délivré sous certaines conditions qui n'étaient pas acceptables pour attirer la clientèle dans de bonnes conditions », explique le propriétaire Régis Lippens. « Le bâtiment qui était existant, qui n'était pas esthétique du tout, il devait notamment rester en place. C'était très regrettable, car lors de conversations avec des clients potentiels, nous avons appris qu'il existait bel et bien une demande pour un car-wash professionnel et automatique. »

Un bâtiment orange hors du commun

Fin 2012, Régis Lippens a jugé le moment opportun pour relancer le dossier pour la construction d'un tunnel. « En 2014, nous avons déposé la marque Platinum Car-Wash. Notre logo, que nous utilisons pour communiquer avec nos clients, reprend cinq étoiles qui renvoient aux cinq avantages et aux cinq protections proposées pour les véhicules. Pour étoffer notre offre jusqu'alors limitée aux self-wash, nous voulions également proposer un tunnel de lavage. »

« Nous souhaitons construire un bâtiment de car-wash moderne, au look original, qui soit également durable et fonctionnel. Il est en effet essentiel que nos clients potentiels soient séduits par l'infrastructure et aient envie de venir découvrir nos services et programmes de lavage. »

Le bâtiment offre une hauteur de 4,60 mètres. « Le but était que nos clients se sentent bien et à l'aise dès l'entrée et jusqu'à la sortie du tunnel. Sur la chaussée de Mons, qui est toujours très fréquentée, notre bâtiment est en quelque sorte une vitrine. Même avant l'ouverture du tunnel, beaucoup de personnes nous ont dit qu'elles trouvaient notre infrastructure fort sympathique. La couleur orange ne passe pas inaperçue et offre une sensation de dynamisme. »

Payer en toute tranquillité

Le guichet de paiement est comparable à celui d'un drive-in. « Cela nous a semblé être le meilleur moyen de communiquer avec notre clientèle au sujet de nos programmes et de notre Carte Club Privilège, sans devoir bouger de nos bureaux. La communication se fait (avant d'entrer dans le tunnel) sans le bruit de l'installation de lavage et ne ralentit en rien la cadence de la machine. Durant les heures

d'ouverture, nous consacrons beaucoup de temps à conseiller nos clients et leur remettons un dépliant explicatif qu'ils peuvent tranquillement regarder pendant leur passage dans le tunnel ou une fois rentrés chez eux. »

Installation fiable

Tout comme pour le bâtiment, Régis Lippens s'est également soigneusement informé au sujet de l'installation. « En 2005, j'ai visité la société Holz. J'ai été très impressionné par cette entreprise familiale, qui a déjà réalisé de nombreux projets d'envergure en Allemagne, Hollande, France et Belgique avec ses machines fiables. Chez eux, tout ne tourne pas uniquement autour de la vente ; le service après-vente y est en effet essentiel. De plus, chez Wash Partner, qui est représentée par Kurt Flies et Pascal Hellinckx et qui distribue la marque Holz, j'ai très vite été convaincu par le côté 'partenaire'. Ils se sont en effet investis à 100 % dans notre projet. Avant de prendre notre décision, nous avons visité deux autres marques allemandes, mais après un deuxième passage chez Holz, nous sommes restés sur notre premier avis. »

De gris à rouge

Dès l'entrée du bâtiment, un système de chez Soft Wash Express assure la pulvérisation de produit pour les jantes à l'aide de 8 cellules photoélectriques et 8 éléments de pulvérisation situés de chaque côté (16 au total). Le tunnel comprend également une arche de mousse de type lava foam avec LED rouge pour les programmes Gold et Platinum, un système de pulvérisation de produit pour les jantes, un arceau haut débit équipé de LED de couleurs, un lave-châssis pour les programmes Gold et Platinum, un laveur de roues haute pression avec suivi des roues, un module haute pression avec 3 x 'Mega Power' équipé de LED de couleurs, un premier jeu de brosses avec feutres gris pour l'avant, le toit, les flancs et l'arrière (RUW avec suivi + rouleau de toit + brosses latérales) suivi par un jeu de brosses pour les jantes, une arche de mousse de type lava foam avec polish et LED bleu pour le programme Platinum, un deuxième jeu de brosses avec feutres rouges pour l'avant, le toit, les flancs et l'arrière (RUW avec suivi + rouleau de toit + brosses latérales) suivi par un arceau de pulvérisation de cire, auxiliaire de séchage, produit de protection et eau osmosée avec LED, un totem avec écran TV permettant de communiquer de manière interactive avec les clients sur les programmes, promotions et autres, une zone de soufflerie entièrement isolée par des panneaux acoustiques et équipée de

LED de couleur rouge (qui rappellent la sensation de chaleur), un mitter de séchage qui donne une sensation de douceur sur la carrosserie (les enfants adorent d'ailleurs les mouvements des éléments textiles) et un miroir permettant d'admirer son véhicule. Ce miroir sert également de point de contrôle pour les clients. Beaucoup d'entre eux trouvent cela très amusant et font même des photos qu'ils postent ensuite sur les réseaux sociaux. En fin de parcours, un feu rouge dernière génération assure le décompte des 9 dernières secondes avant de passer au vert.

Aspirateurs avec deux tuyaux

« Pour nos 14 emplacements d'aspiration, notre choix s'est porté sur Ergox, représentée par Peter Muyters », poursuit Régis Lippens. « Dix emplacements sont équipés de deux tuyaux (20 au total), de manière à ce que nos clients ne doivent pas attendre. Afin d'améliorer l'aspect visuel de cet espace, nous avons choisi deux couleurs : une place sur deux est orange et l'autre noire. Ainsi, le client sait qu'il est positionné sur une place d'une certaine couleur, et il libérera donc la place plus rapidement pour le client suivant. Les aspirateurs fonctionnent avec des variateurs de fréquences, qui permettent de consommer un minimum d'électricité. »

L'offre découverte a du succès

Le tunnel de lavage propose trois programmes : Express (9 euros), Gold (12 euros) et Platinum (14 euros). « Nous trouvons qu'il n'est déjà pas simple pour un client de comprendre la différence entre les trois programmes et ne souhaitons donc pas compliquer cela outre mesure en appliquant des tarifs différents en fonction de la taille du véhicule. Nous avons ouvert nos portes le 10 octobre. Pour promouvoir cet événement, nous avons proposé une offre découverte consistant à ne faire payer que 7 euros pour le programme Platinum (au lieu de 14 euros). Nous monterons progressivement le prix jusqu'à 14 euros. »

Fidéliser la clientèle

Platinum Car-Wash propose la Carte Club Privilège, qui permet au client de bénéficier d'une réduction de 1 euro sur les programmes Gold (11 euros) et Platinum (13 euros). Si un client nous rend visite le jour de son anniversaire, la carte lui permet en outre de bénéficier d'un lavage Platinum (d'une valeur de 14 euros) gratuit. Et il ne s'agit là que d'une des nombreuses actions promotionnelles que Régis Lippens a mises en place. « Nous sommes très satisfaits de nos débuts. Le tout est de fidéliser nos clients en leur proposant des avantages supplémentaires. Ils doivent pouvoir vivre une expérience unique chez nous, de manière à ce qu'ils puissent revenir par pur plaisir et pas uniquement par nécessité de laver leur véhicule », ajoute Régis Lippens en conclusion.

Fiche

Platinum Car-Wash

Exploitant : Goed-wash SA (Régis Lippens et Jennifer Maubert)

Adresse : Chaussée de Mons 191 à Ath

Bâtiment : 60 mètres

Installation : tunnel Holz de 35 mètres

Programmes : 3

Prix : Express (9 euros), Gold (12 euros), Platinum (14 euros)

Espace de soins gratuits : 14 aspirateurs (dont 10 emplacements avec deux tuyaux), 14 Soufflettes d'air comprimé, 3 lave-tapis, 1 gonfleur de pneus

Durée des travaux : 9 mois

Date d'ouverture : 10 octobre 2017

Partenaires :

- GMV et Gestion et Travaux (architectes-conseiller)
- Altez (bâtiment)
- Marc Heremans (parking et égouttage)
- Dartes (époxy)
- Wash Partner (installation Holz)
- Noise Solution (Mur acoustique)
- Bleublue (recyclage de l'eau)
- Ergox (aspirateurs)
- Soft-wash Express (rampes en inox pour le nettoyage des jantes)
- CID Lines (produits de nettoyage et de finition)

Heures d'ouverture : du lundi au samedi, de 8 h 30 à 18 h 30

Nombre d'employés : 2

Moyens de paiement : liquide, Maestro, Mastercard, Visa, Carte Club Privilège

Site web : www.platinum-carwash.be

E-mail : info@platinum-carwash.be

Facebook : www.facebook.com/PlatinumCarWashAth/



EAU EST UNE RESSOURCE

Système de réutilisation d'eau, simple et robuste

Le traitement biologique des eaux usées pour une eau claire et inodore

+32 475 55 05 74 • info@bleublue.be

www.bleublue.be