

RAPPORT – Analyse des Problèmes liés au déploiement de SAAQClic

Concessionnaire : Le prix du gros / H Grégoire

Date de la rencontre : 8 juillet 2025 9 :00 am

Lieu : 5000 rue Réal-Proulx, Trois-Rivières, Qc

Responsable : Evelyne Verville, Adjointe administration aux ventes et aux dossiers

1. Résumé du contexte

Le système informatique SAAQClic a été déployé en février 2023. Ce rapport témoigne de l'impact qu'a eu cette implantation sur les activités courantes d'un regroupement majeur de concessionnaires automobiles au Québec. L'annonce de l'interruption qui devait être de un mois au départ, mais qui s'est prolongé au-delà de trois mois et même plus pour certain secteur financier (facturation et comptabilité).

2. Problèmes rencontrés

Catégorie	Problème identifié	Impact concret
Accessibilité	Portail souvent indisponible, ligne téléphonique pour le soutien au commerçant injoignable dû au volume d'appel trop grand,	Retards d'immatriculation, files d'attente clients
Interface utilisateur	Navigation limitée et incomplète, création de l'utilisateur difficile, surtout pour les commerçants qui ont des numéros de licence attribuée par le REQ à chacune des concessions, mais qui font tous partie du même groupe. Le fais de vouloir parler de vive voix au propriétaire inscrit au REQ très problématique puisqu'ils sont peu et/ou très rarement en place.	Hausse du temps de traitement par dossier, l'envoi des problèmes à l'adresse info commerçants, aucun retour et traitement très long.
Formation du personnel	Documentation et formation insuffisantes à tous les	Erreurs récurrentes, sentiment d'insécurité, perte de temps dû aux formulaires papier à remplir,

	niveaux malgré la tenue des web binaire hebdomadaire.	erreur plus fréquente. La tenue de chèque client, essentiellement pour les clients extérieurs, pour pouvoir immatriculer en point de service, TVQ payable à la SAAQ. Les clients à proximité devaient revenir en double, triple, et plus en concession, perte de document client chargé en double.
Soutien technique	Support lent ou injoignable, mise à jour système dans les heures de grands flux. Réponse des employés du soutien souvent inconnu	Blocages prolongés, frustration accrue, bug fréquent, courriel de résolution des problèmes inefficace,
Intégration logicielle	Action moins disponible, historique de propriété n'était pas accessible. Acheteur en commun lors de reprise est injustifié, si nous pouvons mettre jusqu'à trois codemandeurs sur l'immatriculation, mais qu'il nous es impossible d'effectuer la transaction de l'échange tant que le client ne désigne pas un responsable unique et doit être fait en point de service, annulation de transaction nouvellement accessible, mais ultra limiter, prélèvement bancaire mensuel retiré du service en ligne et toujours inaccessible.	Double saisie, redondances, formulaire papier perdu
Communication institutionnelle	Changements fréquents non annoncés	Adaptations de dernière minute, désorganisation
Impacts financiers	Opportunités de vente	Retards de livraison, baisse de revenus

montant prélevé
ne correspond pas au montant en ligne.

3. Analyse des impacts

- **Opérationnels** : baisse de productivité, ralentissement des processus internes, devoir recommencer le processus des plaques des ventes qui ont eu lieu lors de l'arrêt qui s'est prolongé au-delà des délais mentionnés

- **Humains** : stress accru, démotivation temporaire des équipes, gestion de crise et de frustration.
- **Financiers** : diminution des ventes nettes, coûts additionnels de support client, retard au niveau des comptes fournisseur
- **Relation client** : attentes prolongées, mécontentement, risque pour l'image de marque.

4. Mesures palliatives internes

- Création de guides et tutoriels internes.
- Communication proactive avec les clients sur les délais.
- Entraide renforcée entre collègues pour combler le manque de formation.
- Création de fichier de suivi.

5. Recommandations

1. Simplifier l'interface, tester avec des utilisateurs réels avant déploiement.
2. Faire un déploiement progressif (pilotes régionaux).
3. Organiser une formation obligatoire (en ligne et en présentiel).
4. Mettre en place une ligne de support prioritaire pour concessionnaires.
5. mettre en place un clavardage en ligne
6. Pour le service des plaques donné au sous-contactant en externes, surtout pour les concessionnaires, l'envoi de la plaque métallique sans information associée est un casse-tête de trouver à qui ou à quelle concession elle est destiné ou voiture.