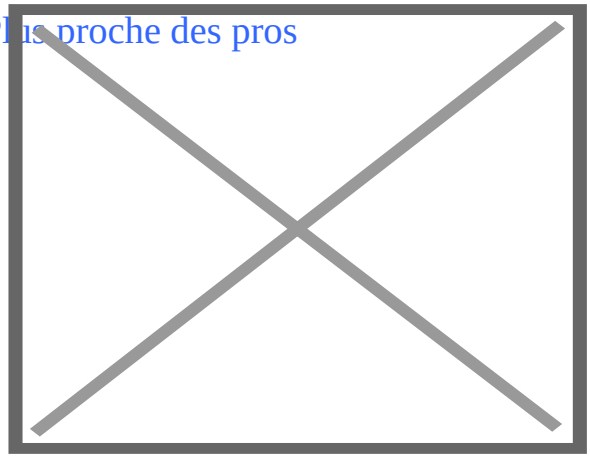
juillet 2010

Fobi

Plus proche des pros



Présente sur le marché de la vente directe mobile depuis plus de quarante ans, la société Fobi est aujourd'hui reconnue par les professionnels du bâtiment pour la qualité de son offre. Disposant d'une force commerciale performante à l'écoute des artisans, elle essaye de répondre avec précision à leurs attentes tout en apportant les mêmes services qu'un négoce matériaux traditionnel.

Créée en 1963 à Guerche-de-Bretagne (35), la société familiale Fobi est spécialisée dans la vente d'équipements aux professionnels du bâtiment en points de vente mobiles. Rachetée en 2005 par la holding G-Participations, elle compte aujourd'hui 120 collaborateurs et a réalisé en 2009 un chiffre d'affaires de 15 millions d'euros. Ses clients sont principalement des entreprises du bâtiment, des PME spécialisées dans certains secteurs ainsi que des artisans. Afin de couvrir l'essentiel de leurs besoins, les représentants de Fobi disposent d'une offre complète adaptée à chaque secteur d'activité.

Une offre globale…

L'offre proposée par Fobi est segmentée en familles de produits afin de coller avec précision aux demandes de ses clients. Le catalogue comprend ainsi du matériel destiné aux plombiers-chauffagistes, aux couvreurs, aux maçons, aux électriciens, aux charpentiers, aux menuisiers, etc. avec à chaque fois des offres spécifiques.

Ainsi, pour les plombiers-chauffagistes, la gamme comprend des diables élévateurs pour le transport des chaudières, des chalumeaux, des cintreuses électriques, des coffrets emboîtures ou encore des extrudeurs motorisés. Pour la couverture, Fobi propose des échafaudages, des échelles simples ou à coulisses, des monte-matériaux, des plieuses d'atelier (pour les travaux de pliages et de baguettage), des pulvérisateurs électriques pour le traitement des mousses ou le nettoyage des chaudières, ainsi que des bâches et des sacs spécifiques aux couvreurs. Pour les métiers de la maçonnerie, la société bretonne dispose d'une large gamme de disques diamantés mais aussi de groupes électrogènes, de ponceuses, de meuleuses, de nettoyeurs haute-pression, d'aspirateurs et de stabilisateurs pour réaliser des coffrages ou pour la mise en place de linteau.

Outre ces matériels spécifiques, Fobi commercialise également une gamme générale d'outils électroportatifs avec des perforateurs, des marteaux, des visseuses, des perceuses, des scies circulaires… ainsi que différents EPI comme des vêtements de travail, des chaussures de protection ou encore des casques de chantier.

… soigneusement sélectionnée

Tous ces produits sont sélectionnés par un service marketing et qualité qui s'attache à trouver les meilleurs produits ou à les développer en interne (comme le stabilisateur d'échelle Fobistab) pour répondre aux exigences des professionnels. De plus, afin de disposer d'une reconnaissance visuelle sur les chantiers, les outils sont proposés à la marque et aux couleurs de Fobi, à savoir jaune et noir. Cette politique de marque n'est pas totale. Dans le domaine de la mesure et de l'électroportatif, Fobi vend également des matériels sous d'autres marques, telles Leica ou Duss.
Pour ce dernier fabricant allemand d'outils électroportatifs pour le travail de la pierre, Fobi est de plus le distributeur exclusif sur le marché français. La société propose des marteaux perforateurs, des burineurs, des marteaux piqueurs, des carotteuses ainsi que des forets et des couronnes diamantées, des produits d'une grande fiabilité qui inspirent une grande confiance aux utilisateurs.

Des showroom itinérants

Pour effectuer la présentation de son offre produits, Fobi dispose de 80 camions agencés comme des showrooms. Outre l'exposition et la mise en avant des produits, ils permettent de réaliser des démonstrations in situ. L'espace intérieur est ainsi décoré par différentes ILV (posters, flyers) ainsi que par des affiches reprenant les promotions en cours ainsi que la sortie des nouveautés. Ces informations sont indispensables car il n'est pas possible de présenter l'ensemble de l'offre dans un camion. De plus, il existe des spécificités régionales qui peuvent avoir leur importance sur le choix du matériel à présenter. Par exemple, les camions qui naviguent en Normandie présentent des outils adaptés à la mise en œuvre de toitures en ardoise à l'inverse des camions parcourant le Nord qui se focalisent sur le façonnage de la tuile. Par ailleurs, chaque véhicule est équipé d'un ordinateur qui permet au commercial de prendre les commandes des clients mais aussi de leur présenter les fiches techniques de tous les produits.

Une force commerciale engagée

Pour parcourir le territoire national, Fobi bénéficie d'une force de vente composée de 80 commerciaux qui sont rémunérés en fonction de leurs ventes, une politique salariale qui permet à Fobi de disposer de VRP motivés et parfaitement impliqués dans la société (certains sont présents dans la société depuis une vingtaine d'années). Ces commerciaux sont encadrés par des commerciaux seniors chargés de transmettre leur expérience aux jeunes VRP ainsi que par des coachs qui les accompagnent lors de leurs tournées afin de tenir un discours le plus approprié possible. Cette équipe commerciale est pilotée par deux responsables des ventes régionaux et par un directeur commercial à l'échelle nationale. Par ailleurs, la gestion des nouveaux clients est confiée à une cellule entièrement dédiée composée de deux commerciaux sédentaires qui peuvent également être amenés à devenir le relais commercial auprès des clients lorsque les commerciaux itinérants sont absents.

Pour les aider dans leur mission, Fobi met à leur disposition de nombreux outils d'aide à la vente comme « Fobi Actu », un catalogue papier A4 trimestriel en plusieurs volets qui met en avant les nouveautés produit et qui est envoyé aux clients de l'enseigne pour les prévenir du passage des camions. La dernière page de ce catalogue est uniquement consacrée au matériel Duss et aux promotions propres à cette marque. A noter que le numéro été de Fobi Actu est plus axé sur les promotions. La taille du catalogue peut alors changer de format.

La force de vente dispose également d'un Guide des nouveautés, un catalogue qui reprend toutes les innovations commercialisées par l'enseigne et qui s'apparente à un guide technique. Il reprend également certaines innovations lancées par des inventeurs français qui ont séduit le service marketing et qualité. En effet, afin de rester proche de ses clients, Fobi n'hésite pas à aider certains artisans dans l'industrialisation de leur propre produit. Sur le catalogue, ils sont estampillés du logo Label Invention.

Enfin, pour informer ses clients, Fobi dispose d'une vitrine sur Internet et effectue le routage du Fobi Actu auprès de 30 000 adresses chaque trimestre. L'enseigne peut également effectuer du fax mailing à la demande des commerciaux. Ces envois sont alors ciblés sur tels produits ou telles promotions que le commercial souhaite mettre en avant sur son secteur. A noter que dans chaque colis envoyé figure des flyers reprenant les promotions en cours ou à venir.

Etre proche du client

Les commandes sont effectuées soit directement auprès du commercial lors de son passage, soit par le biais d'un numéro Azur. Ce service téléphonique interne à la société traite également toutes les demandes de SAV. Fobi dispose au sein de son siège social d'une plate-forme de stockage qui regroupe l'ensemble des pièces détachées pour la réparation et l'entretien des machines, que ce soit du matériel aux couleurs de l'enseigne ou de la marque partenaire Duss. Des techniciens assurent ensuite la réparation ou le forgeage des burins (pour les machines Fobi et Duss uniquement) avec un délai d'intervention rapide. La machine en panne est en effet expédiée sous 48 à 72 heures après accord du devis par le client. Fobi ajoute par ailleurs une extension de garantie de deux ans pour tout produit acheté via le contrat Sérénité 24 qui permet aussi au client d'avoir recours à une assistance technique. Afin d'aider ses clients, surtout en temps de crise, l'enseigne propose également des outils de financement professionnels qui leur permettent de payer leurs commandes en plusieurs fois.

Concernant les livraisons, le site de Guerche de Bretagne abrite une plate-forme logistique d'où sont expédiées toutes les commandes avec la possibilité en cas de besoin d'être livré en 24 heures après la réception de la commande.

Conquérir de nouveaux clients

Aujourd'hui, Fobi achète chaque mois des fichiers de création d'entreprise et entre en contact avec 10 000 prospects par an afin d'élargir son panel de client. Outre le développement de sa clientèle, Fobi tente également de diversifier son activité. Ainsi, depuis 2009, elle est en contact avec certaines administrations, comme les mairies ou les écoles pour répondre à leurs besoins en terme d'outillages et de matériels. Fobi va également essayer de se rapprocher encore un peu plus de ses clients et réfléchit actuellement sur l'élaboration d'un nouvel outil de communication qui devrait sortir dans le courant de l'année.

Nicolas Desbordes