novembre 2017

Point.P

Point.P initie la communauté Génération Artisans

Dans le cadre d'un vaste programme de réflexion visant à se projeter dès à présent dans la réalité du commerce de 2025, l'enseigne Point.P Matériaux de Construction a mis en place à partir de ce mois de septembre 2017 le projet Génération Artisans destiné à construire une communauté dynamique d'acteurs du bâtiment.

Bien malin celui qui entrevoit dès à présent ce que sera le commerce d'ici une petite dizaine d'années et Point.P Matériaux de Construction, en tant que leader sur son marché, prend naturellement très à cœur l'évolution de son environnement commercial pour continuer à progresser. Engageant l'ensemble de son réseau – une convention réunissant 1 600 cadres a été organisée en juin en région parisienne – la principale enseigne de SGDB a intensifié sa réflexion depuis un an et met aujourd'hui en application sa première proposition en phase avec l'évolution de la société, « Génération Artisans, l'excellence en mouvement ».

Stimuler la montée en compétence

Construit comme une aide à la performance, ce projet s'adresse aux artisans et petites entreprises, clientèle qui travaille à 90% dans la rénovation et manifeste des besoins bien différents de ceux des clients grandes comptes et constructeurs de maisons individuelles pour lesquels les aspects logistiques sont prédominants. L'objectif est de bâtir avec ces professionnels un plan à long terme « pour aller plus loin avec eux » comme le définit Jacques Pestre, directeur général de Point.P, avec une façon de travailler en accord avec les usages et technologies actuelles (et futures) qui puisse répondre aux multiples problématiques auxquels ils sont confrontés : clients particuliers surinformés, difficulté d'établir des devis avec ou sans variantes, évolution des réglementations, omniprésence du digital, développement de l'intermédiation, organisation de leur entreprise et de leur temps de travail, etc.

Pour atteindre ce but, Point.P a imaginé créer sur le net une communauté des acteurs de l'habitat, le cercle d'excellence Génération Artisans qui permettra à chacun de profiter de l'expérience de l'autre et de progresser dans son métier. Cette communauté ciblera en priorité les clients les plus à même de profiter de ce nouvel espace de communication, à savoir les artisans et entreprises jusqu'à dix personnes dotés de qualifications professionnelles, reconnus pour leur sérieux (pas de litige), ouverts à l'innovation et sensibles au digital. Ceci représente environ 30 000 à 40 000 clients sur l'ensemble des quelque 300 000 comptes gérés par le distributeur.

Ce programme Génération Artisans est organisé en quatre piliers qui sont la reconnaissance de l'artisan, le partage, la progression et l'information.

Reconnaissance, partage, progression, information

La reconnaissance de l'artisan débute dès l'inscription, qui est obligatoirement réalisée par l'intermédiaire d'un collaborateur Point.P, avec notamment une invitation personnalisée durant la phase de lancement (qui sera détaillé plus loin dans cet article). Il reçoit une carte, identifiant physique de son appartenance à Génération Artisans, carte qui existe aussi en version digitalisée pour être reconnue dans tout le réseau. Avec cette adhésion, il bénéficie de plusieurs prestations exclusives telles un référent propre Point.P, une priorité à la réalisation des devis et à l'enlèvement des achats effectués en ligne, l'accès privilégié à des configurateurs.

Le partage, point fort de ce programme, doit être constant et dynamique pour que les membres de Génération Artisans soient dans une logique d'amélioration personnelle. Outre la plate-forme numérique de cette communauté qui prend la forme d'un site responsive accessible sur tout support et permet toutes sortes de mises en relations (autres membres, industriels partenaires, prestataires de service…), des interactions fortes sont établies avec l'enseigne et la région avec des réunions « Solutions » et « Focus Produit » organisées avec des fournisseurs. Des invitations VIP sont également prévues pour des événements particuliers (salons, colloques…) et un rendez-vous spécifique à Génération Artisans sera programmé dès 2018.

La progression, qui marie formation et gestion, implique les outils digitaux développés depuis plusieurs années par Point.P pour aider sa clientèle d'artisans et de petites entreprises. Techniquement aboutis mais pouvant être mieux promus par le réseau, ils sont totalement intégrés à Génération Artisans et portés ici d'une façon totalement renouvelée après une formation de l'ensemble des équipes du distributeur entamée depuis janvier dernier. Les adhérents à la communauté ont ainsi un accès libre au configurateur Solu+, obtiennent une licence gratuite de six mois pour la solution Cap Renov+ (évaluation thermique) et bénéficient de formations gratuites ou à tarifs préférentiels (dont FeeBat et RGE) avec même de l'e-learning via les dispositifs déjà utilisés pour le personnel de l'enseigne. Ce pilier comprend également la gestion des devis et factures via le site pointp.fr et des possibilités de réduction des frais généraux de l'entreprise.

Enfin l'information, en flux permanent, se concrétise par des accès en avant-première aux tests produits et innovations des industriels, par la connaissance des nouvelles réglementations du bâtiment et juridiques ainsi que par des communications spécifiques telles les bonnes pratiques métier, des reportages chantiers, des témoignages de clients, des sondages et enquêtes de satisfaction sans oublier un abonnement au magazine « Carnets de Chantiers ».

Un lancement en 54 dates

Le lancement de Génération Artisans a été programmé sur la période allant du 25 septembre au 10 novembre. Les équipes Point.P vont à la rencontre des entreprises et artisans susceptibles d'être intéressés par le programme à travers un dispositif physique qui se déplace dans quarante-trois villes sur un total de cinquante-quatre dates. Concrètement, sur six semaines, onze agences principales accueillent les mercredi et jeudi un forum de deux jours consacré à la promotion du projet avec en simultané, sur les autres jours, la tournée d'un bus promotionnel dans d'autres agences de la région ; ce bus à deux niveaux comporte un rez-de-chaussée dédié à Génération Artisans et un étage consacré à la démonstration de tous les services digitaux de Point.P. Une vingtaine d'industriels partenaires sont présents sur chaque site avec au total des dates la participation de trente-deux fournisseurs, ainsi que divers prestataires dont EDF qui viendra expliquer le service Reno Prim+. Sur ces cinquante-quatre dates, un total de 7 500 artisans et sociétés du bâtiment sont invités, les artisans avec leur conjoint(e) qui font partie intégrante de l'entreprise, avec des facilités en termes de transport, Point.P organisant des acheminements pour les villes les plus éloignées des agences hôtes.

Au-delà de ce lancement, Point.P a mis en place une équipe spécifique pour animer Génération Artisans et promouvoir son développement. Déjà, depuis un an, les personnels des agences sont sensibilisés à l'usage des réseaux sociaux pour porter ce projet qui revêt une importance considérable pour l'enseigne. L'objectif est clairement de constituer une communauté qui soit réellement concernée et active, d'où le mode d'adhésion en face à face par un collaborateur de l'enseigne, avec des interactions constantes qui permettent à chacun des professionnels de progresser, les artisans mais également Point.P et ses fournisseurs.

Dix mille membres en 2018

Les ambitions chiffrées de Point.P sur Génération Artisans sont d'intégrer un minimum de 10 000 artisans et entreprises à l'horizon 2018. Pour Jacques Pestre, il s'agit d'un objectif ambitieux mais parfaitement réalisable, sachant que l'enseigne a déjà formé 10 000 clients au RGE, que 3 000 participent à Homly you et qu'un millier utilisent le programmateur Solu+.

Même si l’adhésion, gratuite, n’implique aucune obligation en termes d’achat, ce chiffre de dix mille adhésions sera déjà synonyme de chiffre d’affaires supplémentaire pour Point.P qui peut se baser en la matière sur l’évolution des paniers de ses clients employant Solu+, lesquels ont augmenté leurs dépenses de l’ordre de 10 à 15%. Au-delà, la constitution de cette communauté, comme le fait également remarquer Jacques Pestre, portera Point.P pour les années à venir et vient combattre les tendances à l’uberisation que l’on peut constater dans de nombreuses activités en donnant aux artisans les moyens de leur autonomie. Programme ambitieux qui marie intérêt général et réalité des affaires !

FB