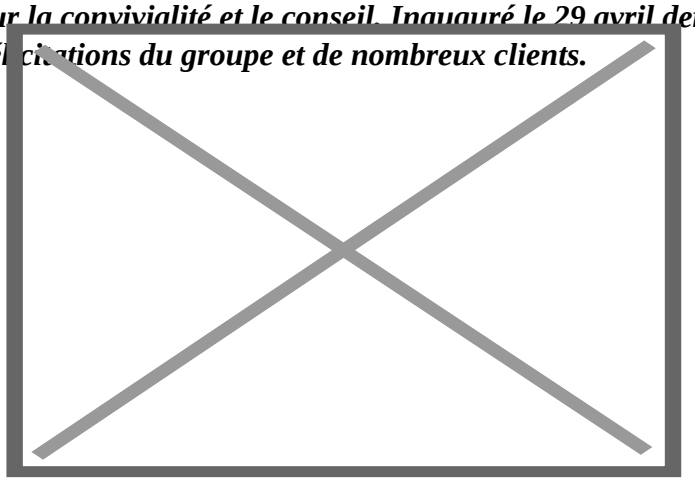
juillet 2010

Samse Gap

Accueil / BATIDISTRIBUTION / Distribution / Samse

Un nouveau concept LS

Pour attirer les particuliers vers des produits de qualité professionnelle, l'enseigne Samse a repensé le libre-service de son agence de Gap. Structuré en univers produit, il est plus fonctionnel et axé avant tout sur la convivialité et le conseil. Inauguré le 29 avril dernier, ce nouveau magasin a déjà reçu les félicitations du groupe et de nombreux clients.



Créée en 1920 à Grenoble, la société Samse (Société Anonyme des Matériaux du Sud-Est) alors filiale des Ciments Vicat prend son indépendance en 1949. Depuis 1988, elle est intégrée au groupe éponyme qui, au fil du temps est devenu un acteur incontournable pour la distribution de matériaux de construction à destination du bâtiment dans la moitié Est de la France. Sur ce secteur, le groupe Samse est aujourd'hui présent sur deux marchés : le particulier avec les magasins La Boîte à Outils et l'Entrepôt du Bricolage et le professionnel avec les agences Doras et bien entendu Samse. Le groupe compte également une vingtaine d'autres enseignes spécialisées comme Bois Mauris Oddos pour les produits bois ou encore Careo pour l'offre en carrelage-sanitaire.

Gap : un nouveau concept de magasin

L'enseigne Samse (406 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2009) est présente dans toute la région Rhône-Alpes avec 75 agences qui regroupent près de 1 300 collaborateurs. Historiquement très professionnelle, elle attire depuis quelques années de plus en plus de particuliers bricoleurs lourds dans ses magasins. Pour autant, l'enseigne ne souhaite pas transformer ses agences en GSB mais plutôt amener ce type de clientèle vers des produits professionnels de qualité. Pour mener à bien cette stratégie de développement, le groupe s'est appuyé sur l'agence de Gap, une des plus anciennes de l'enseigne, qui dispose déjà d'une clientèle mixte du fait de sa position géographique. En effet, la ville de Gap est relativement enclavée et n'est desservie que par la nationale 85 – également baptisée route Napoléon en référence au trajet emprunté par l'empereur à son retour de l'Ile d'Elbe – qui relie Grenoble à Golfe-Juan. De ce fait, le chef lieu du département des Hautes-Alpes n'a jamais réellement attiré les grandes enseignes nationales, aussi bien les négoces matériaux que les GSB, et compte donc essentiellement des enseignes indépendantes régionales, Samse par exemple, qui jouissent d'une forte proximité.

Valoriser l'outillage électroportatif

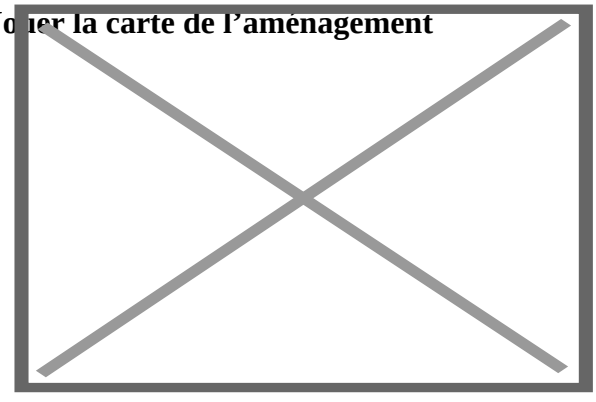
En partenariat avec le service Aménagement et Merchandising du groupe, la direction, de l'agence de Gap élabore un projet de rénovation de l'espace libre-service qui doit permettre de faciliter l'accès aux produits de qualité destinés à un usage professionnel. Achevé en décembre 2009, ce nouvel espace est structuré sous la forme d'univers rayon (600 m2) qui reprennent l'essentiel des demandes du second-œuvre : outillage électroportatif, outillage à main, EPI, outils de sol, peinture, enduit…

Afin d'optimiser la mise en valeur de ces produits, leur présentation en magasin a fait l'objet d'une longue réflexion. Par exemple, pour l'électroportatif, des linéaires spécifiques ont été implantés afin de sortir les produits de leur emballage. Différentes gammes de produits y sont déclinées et cela pour toutes les marques référencées : Makita, Dewalt, Bosch ou Les Indispensables (cf.encadré) permettant ainsi aux clients de choisir l'outil qui correspond le mieux à leurs besoins. Pour tester ces machines, l'agence a également installé une zone d'essai matérialisée par une pierre placée au centre du rayon. Outre le fait de pouvoir tester les produits, cet espace permet également de vérifier le bon fonctionnement de la machine lors de l'achat. A chaque vente, le vendeur se doit en effet de sortir le produit du carton, d'en expliquer le fonctionnement et d'en vérifier la conformité afin de s'assurer de son bon fonctionnement mais aussi éviter les mauvaises manipulations de la part du client, notamment les bricoleurs qui n'ont pas toujours l'habitude d'utiliser ce type d'outil.

Offres secondaires renforcées

Pour son offre sécurité, l'agence a installé un espace entièrement dédié à l'EPI qui permet de mettre en valeur les produits à l'instar de ce qui s'opère dans le secteur de l'habillement. Confortable et convivial, il comporte une cabine d'essayage et des bancs afin de s'assurer que les clients partent avec les bonnes protections. Concernant le rayon peinture, l'agence de Gap a investi dans une machine à teinter afin d'assurer des colorimétries immédiates, un service réclamé par la majorité de ses clients professionnels et particuliers. Elle est aujourd'hui capable de réaliser des teintes spécifiques en mélangeant des peintures de marque professionnelle comme Tollens, ce qui lui permet de se démarquer du service offert par les GSB – ce même service étant proposé dans le bricolage avec des peintures de milieu de gamme. Outre l'aspect qualitatif, l'accent est également mis sur le respect de l'environnement. Ainsi, aux peintures majoritairement acryliques s'ajoute une large variété de lasures dites écologiques, un rayon porteur dans une région à forte connotation bois. Des partenariats commerciaux ont été conclus avec des marques leaders comme Blanchon, Sikkens mais aussi Cecil.

Jouer la carte de l'aménagement



Non content d'avoir réinventé son espace libre-service, l'agence a profité des travaux pour installer un véritable showroom entièrement dédié au carrelage-sanitaires et à la menuiserie avec toute la quincaillerie correspondante, comme les poignées de portes de marque Hoppe. Différentes zones d'exposition ont ainsi été construites pour mettre en valeur l'offre en carrelage, portes, fenêtres mais aussi des exemples d'aménagements intérieur et extérieur avec une large sélection de parquets issus de marques reconnues telle Parqueterie Berrichonne ou encore une sélection de la marque Les Indispensables. Pour répondre à la fois aux attentes des professionnels et du grand-public, l'agence a fait en sorte de fournir le maximum de conseils de pose et n'hésite pas à mettre en avant des coupes explicatives. Par

ailleurs, pour les particuliers, un service de pose de fenêtres est proposé en partenariat avec des artisans menuisiers de la région.

Une force commerciale de terrain

Pour assurer le bon fonctionnement du magasin, l'agence s'appuie sur un responsable troisième œuvre (menuiserie, aménagements intérieur et extérieur, décoration), un responsable carrelage-sanitaire et un responsable libre-service. Cette équipe se réunit tous les deux mois environ afin d'échanger les points de vue sur le magasin et faire évoluer l'espace de vente. Par ailleurs, compte tenu de l'ampleur du rayon, le responsable libre-service collabore avec un coordinateur régional libre-service qui est chargé de faire appliquer l'orientation du rayon voulue par le groupe. Cette personne est garante du porte-feuille client de la région et doit entre autre définir les remises tarifaires chez les clients, prendre en charge le plan de stockage – réalisé avec les fournisseurs qui ont contribué à aménager le libre-service, comme la société Roux spécialisée dans le bois – ainsi que, une exception du fait de son expérience, effectuer le référencement peinture.

Sur le terrain, l'agence compte trois attachés technico-commerciaux spécialisés par famille de produit (charpente-couverture, isolation-cloison et troisième-œuvre) qui font le relais avec le chef d'agence ainsi que trois autres commerciaux multi-spécialistes qui ont en charge la gestion des clients situés en zone rurale (certains ne peuvent se déplacer régulièrement car trop éloignés de l'agence), les projets de particuliers et les clients grands-compte (une centaine d'entreprises et artisans) situés dans le nord du département.

Le chef d'agence complète cette force commerciale puisque, outre la gestion du point de vente, il réserve depuis cinq ans une demi-journée par semaine aux tournées d'accompagnement qui lui permettent de suivre l'évolution des projets de ses clients. Il profite également de ces déplacements pour promouvoir certaines nouveautés chez les clients qui ne peuvent se déplacer, les collectivités locales par exemple. Cette démarche plaît énormément aux fournisseurs de l'agence qui bénéficient d'un moyen de promotion de leurs produits basé sur la proximité et la confiance. Récemment, le chef d'agence a effectué une tournée accompagnée avec des techniciens de la société Samedia suite à la sortie du disque diamant E-Cut. Il a ainsi pu mesurer l'excellent accueil réservé à ce produit mais aussi vérifier qu'il correspondait bien à leurs attentes.

Rester proche des clients

Pour entretenir sa proximité clientèle, l'agence réalise tout au long de l'année de nombreuses animations tant au niveau des promotions qu'en terme de services. Ainsi, chaque année, entre trois et quatre campagnes de phoning sont réalisées pour informer les professionnels des promotions en cours ou à venir. Ces offres baptisées Promo 100% Pro, sont regroupées dans un catalogue spécifique d'une quinzaine de pages qui regroupe l'ensemble des produits concernés. Toujours en quête de création, la direction de l'agence a décidé de rappeler ces bonnes affaires sur un chevalet placé à l'entrée du libre-service. A première vue anecdotique, cette initiative a conquis de nombreux visiteurs, notamment ceux, comme les particuliers, qui ne sont pas enregistrés dans les fichiers commerciaux.

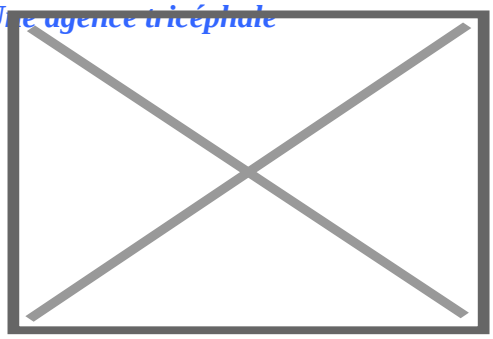
Concernant les services, l'agence propose l'ensemble des prestations mises en place par l'enseigne comme le SOS (Service Outillage Secours), une option qui consiste à remplacer gratuitement et immédiatement l'outillage électroportatif défectueux du client. Si son matériel tombe en panne sur l'un de ses chantiers, il peut déposer la machine dans l'agence Samse la plus proche qui lui fournira un produit de remplacement identique ou équivalent pendant toute la durée de réparation, soit dix jours au maximum. Les outils qui bénéficient de cette option sont signalés en magasin. L'agence propose également des services classiques comme une aide au chargement réalisée par des magasiniers-caristes formés ou encore la livraison des commandes sur chantier dans les meilleurs délais par des camions-grues.

En dehors des points de vente, l'agence propose à ses clients professionnels différents cursus de formation dont un (une à deux sessions par an) en partenariat avec la société Capital Safety (un fabricant de harnais) qui

porte sur la sécurité sur les chantiers. Trois à cinq fois par an l'agence organise également, avec le concours de l'OPP BTP, des stages certifiés axés autour de la manipulation des échafaudages. Répondant aux exigences réglementaires en vigueur, ils permettent aux professionnels de savoir comment monter, utiliser et vérifier ce type de matériel.

ND

Une agence tricéphale



Outre cette agence multi-spécialistes, le site Samse de Gap comprend également un magasin entièrement dédié à l'offre électricité-plomberie qui n'est pas présente dans l'agence principale. En face de ces deux magasins, l'agence Samse TP rassemble tout l'outillage lourd dans un libre-service de 250 m2 ainsi qu'une cour des matériaux reprenant l'ensemble de besoins de maçonnerie. Grâce à ces trois points de vente complémentaires – l'enseigne tente en effet de ne pas proposer les mêmes produits dans chaque agence – Samse souhaite regrouper tous les besoins des artisans sur un même et unique site afin de limiter leur déplacement.

Déménagement de l'Entrepôt du Bricolage de Saint-Martin-d'Hères

Le 15 avril dernier, après sept années de démarches administratives, le magasin L'Entrepôt du Bricolage de Saint-Martin-d'Hères (38) a enfin déménagé dans la ZAC Porte du Grésivaudan, à quelques mètres d'Ikea, Espace Montagne et Lapeyre. Outre une optimisation de l'accueil (journée non-stop le samedi, places de parking plus larges…), ce nouvel espace favorise l'achat rapide. En effet, le stock déporté permet aux clients, une fois leurs achats réglés en magasin, de bénéficier de nombreux services. Par exemple, le temps d'accéder à la zone de retrait des matériaux, leurs commandes sont prêtes à être chargées par les équipes du magasin, leur évitant ainsi toute manipulation de produits lourds ou volumineux. Ils peuvent également consulter et commander leurs matériaux sur l'Entrepôt Drive (un catalogue de consultation et d'achat sur Internet) et choisir un créneau horaire pour venir retirer leurs marchandises au magasin au sein d'un espace dédié.