

# Samse

[Accueil](#) / [BATIDISTRIBUTION](#) / [Distribution](#) / [Samse](#)

## Le libre-service leader du Samse Bourg St Maurice

D'un poids important dans l'activité Samse, le libre-service fait l'objet d'un véritable politique de développement au sein de l'enseigne du grand Sud Est de la France. Elle est mise en œuvre avec succès au sein de son agence de Bourg St Maurice, qui abrite l'un des LS les plus performants du réseau.



Pour le réseau Samse, quatre-

vingt négoce matériaux au sein d'un groupe qui possède un ancrage fort dans le grand public avec ses points de vente La Boîte à Outils et Entrepôt Du Bricolage, le libre-service est une activité culturellement ancrée dans ses domaines de compétence. Pour ce pôle qui réalise à ce jour un chiffre d'affaire approchant les 13% du CA global de l'enseigne, Samse poursuit l'objectif de hisser et maintenir cette part à 14% et met en place des actions de dynamisation qui débouchent sur des résultats très concrets. C'est le cas dans la région Savoie, où cette activité LS se développe avec une organisation bien en place et des actions commerciales régulières.

### Une organisation bien hiérarchisée

Cette région Savoie abrite l'un des libres-services les plus performants du réseau Samse, à Bourg St-Maurice, dont la description en fil rouge va permettre de décrire les grandes lignes de l'organisation LS du groupe de distribution.

En partant du sommet, le libre-service est placé sous la responsabilité d'un directeur d'activité, Stéphane Jourdan qui gère les référencements, les achats et les animations commerciales communes à l'ensemble des réseaux professionnels du groupe Samse (Samse, SIMC, M+, Doras...). Pour l'enseigne Samse, cette direction est relayée sur le terrain par un responsable développement LS, Bruno Lheureux, qui manage l'animation des ventes dans les quatre-vingt agences d'un réseau organisé en neuf régions allant du Gard à la Haute-Savoie. Dans chacune de ces régions, un leader LS coordonne l'activité libre-service terrain en fonction des directives du siège, en l'occurrence Christian Duc pour les neuf agences de Savoie, et fait également office de chef produits pour une ou plusieurs familles au niveau de l'enseigne, ici pour le référencement quincaillerie et électroportatif. Enfin, au stade de l'agence, un responsable LS, Adrien Pellicier à Bourg St Maurice, s'occupe des ventes ce secteur, de la gestion des rayons, des commandes et du management de son équipe de deux vendeurs.

Cette organisation est dupliquée pour tous les libres-services Samse, dont la superficie peut varier de 50 à 1 000 m<sup>2</sup> selon les agences avec une surface moyenne de 300 m<sup>2</sup>.

### Approvisionnements automatiques

Un espace libre-service Samse fonctionne avec 120 fournisseurs référencés, selon un éventail plus ou moins large selon sa superficie et son orientation ; lorsque la clientèle est professionnelle, les rayons plomberie et électricité sont réduits à leur plus simple expression, voire supprimés. Il bénéficie d'un système d'approvisionnement très performant qui allie vitesse de livraison et absence de ruptures de stock. Concrètement, la plate-forme Samse, 40 000 m<sup>2</sup> déployés, stocke la moitié des articles du libre-service, soit 2 200 produits, et les propose à ce jour en réapprovisionnement automatique pour 1 500 d'entre eux et en proposition de commande pour les 700 autres, avec comme objectif à terme de passer à terme un maximum de produits en réappro automatique.

Dans cette configuration, l'agence ne se préoccupe plus de rien sur son assortiment référencé. Un ordre de livraison hebdomadaire est en effet édité automatiquement en fonction d'un historique et des ventes actualisées du magasin. Avec ce process, le taux de rotation est descendu à moins de 80 jours sur les références concernées et le taux de rupture à 4%, contre 7 à 8% pour les commandes directes faites auprès des fournisseurs. Ce système devrait être encore être amélioré à l'avenir avec une prise en compte plus fine des spécificités de chaque région Samse.

### Une grande souplesse dans l'offre proposée

Concernant le libre-service de Bourg St Maurice, sa taille est de 450 m<sup>2</sup>, ce qui en fait un espace très resserré et donc avec une rentabilité au mètre carré élevée. Du fait d'une offre qui couvre la quasi-totalité du référencement LS de l'enseigne, son implantation est réalisée avec des gondoles intégrées dans des racks de 60 cm de profondeur d'une hauteur inhabituelle de 2,40 m, de racks plus profonds étant disposé en périphérie. Quelques podiums promotionnels permanents sont disposés en entrée de rayons.

Comme le souligne Adrien Pellicier, « l'outil est bien proportionné par rapport à notre clientèle qui comporte de 30 à 40% de particuliers gros bricoleurs, lesquels trouvent chez nous les outils performants qu'il recherchent. » Le cœur de gamme de l'agence couvre les familles outillage, quincaillerie, peintures mastics et colles, et les EPI, la protection individuelle étant maintenant implantée dans presque toutes les agences Samse. Tous les deux ans, de 10 à 20% de l'espace est revu pour coller au marché et aux spécificités propres du négoce au niveau du parc et de la salle d'exposition. Des références sont modifiées, des gammes sont supprimées ou ajoutées – sur cette agence, les dernières évolutions ont vu l'outillage être étoffé et la plomberie être diminuée. Une grande latitude est laissée à chaque agence, autour d'un tronc commun, pour gérer son référencement au plus proche des besoins de son marché. A noter ici qu'un merchandiseur vient aider les magasins lorsqu'ils doivent réaménager un rayon.

### Une démarche commerciale tournée l'extérieur

Hormis l'agencement du rayon et sa bonne intégration dans le reste du négoce, la dynamisation du libre-service passe également par des actions tournées vers l'extérieur. Samse a ainsi instauré dans ses agences des tournées accompagnées intégrant le personnel du LS pour sensibiliser la clientèle à ce rayon. Après deux années de mise en place avec une implication forte du responsable du développement et des leaders libre-service, ces tournées ont véritablement démarré l'année dernière avec 800 sorties effectuées réalisées conjointement avec un ATC de l'agence ou un fournisseur du libre-service. Comme l'indique Bruno Lheureux , « ces tournées sont

valorisantes pour le client que l'on rencontre sur son lieu de travail. Par ailleurs, nous voyons ce qu'il utilise, qui le livre et en répétant les visites, nous arrivons à créer un lien, le but étant qu'il s'adresse directement au responsable LS en cas de besoin, sans avoir à passer par son ATC. » Ces visites, qui sont également productives en termes de vente, permettent aussi de rencontrer des artisans ou entreprises qui ne viennent pas au négoce pour des raisons de logistique. Cette politique de visites va se poursuivre et rentre pleinement dans la stratégie mise en place pour permettre au libre-service d'atteindre la barre des 14% du CA de l'enseigne Samse.

### Des téléventes délocalisées

Outre ces tournées, des opérations commerciales sont programmées tout au long de l'année avec le support de documents promotionnels. Les agences réalisent ainsi une moyenne de six téléventes pour le libre-service. A l'échelle de Samse, ces actions sont désormais délocalisées pour éviter toute interférence avec la vie de l'agence, les commerciaux ayant tendance à être happés par le quotidien. Organisées dans une Boîte à Outils ou une salle louée pour l'occasion, elles sont animées par un professionnel extérieur qui commence par former les équipes à l'exercice du phoning et ensuite vient les accompagner dans leurs appels au cours de la journée. Pour Bruno Lheureux, ce coaching a permis d'augmenter les ventes de 15%.

### Le support des animations

En termes d'opérations promotionnelles, la locomotive est l'action 100% PROS qui est répétée quatre fois par an pendant des périodes d'un mois et demi à deux mois. Elle couvre l'ensemble des rayons du libre-service et présente, en tenant compte de la saisonnalité, une soixantaine de produits phares proposés avec des prix attractifs. Elle est supportée par un dépliant de 8 pages format journal envoyé avec les factures pour les clients en compte et laissé à disposition sur le comptoir de l'agence. Pour ce qui est des animations commerciales, les points forts sont les Bati'Days du groupe Samse qui se déroulent sur deux jours en avril et en septembre, avec déjeuner le midi et animations. L'agence organise également des journées portes ouvertes et des soirées techniques, autant d'événements qui permettent aux vendeurs du libre-service d'aller à la rencontre des clients invités.

Autres outils de promotion développés par le LS, le catalogue Outils et Matériels du Bâtiment (340 p.) et le livret Equipement de protection individuelle et de sécurité sont édités tous les deux ans.

Frédéric Bassigny

## Le parc à matériaux

Le parc est divisé en deux parties avec un parc haut pour la pierre et le bois et un parc bas, où se trouvait originellement l'agence Pinault, antérieure à l'agence Samse, pour les autres matériels vendus en partie extérieure (isolation, ferraille, TP...). De deux à trois magasiniers sont affectés à chaque partie du parc. L'agence dispose d'un camion attitré, d'un camion partagé avec l'agence voisine de Moutiers et d'une grue pour la manipulation de la ferraille.



La Savoie est la région qui vend le plus de pierres et l'agence Samse de Bourg St Maurice est bien achalandée en la matière, avec même une mise en situation extérieure. Elle possède également d'une offre importante en bois (charpente, bardages, lambris), autre spécialité régionale, et dispose d'une scie à panneau pour la coupe à façon.

implantée en centre-ville et dispose d'un bâtiment de 1 200 m<sup>2</sup> et d'un parc de 8 000 m<sup>2</sup> environ comprenant plusieurs bâtiments de stockage.

Située en Savoie, ce négoce matériaux qui travaille avec près de 250 clients en compte, a un effectif de 16 personnes en basse saison et de 23 en haute saison, dont deux ATC pour la charpente et la maçonnerie. Il possède une activité très saisonnière qui touche un point bas en décembre-février avant d'être multipliée par deux sur mars-avril et encore par deux sur mai-juin. Elle atteint alors un plafond avant les deux plus forts mois de l'année en septembre et octobre.

### Le libre-service

Le libre-service de Samse Bourg st Maurice réalise environ 20% du CA total de l'agence, il enregistre une moyenne sur l'année de 70 tickets par jour – 40% des ventes sont en emporté. Ses 450 m<sup>2</sup> sont organisés par univers avec sur la partie droite l'outillage et les équipements de protection individuelle et sur la partie gauche des allées successives (peinture avec machine à teinter, lasures et saturateurs, droguerie, plaquiste, mastics...) avec côté mur un long rayon bois. Au fond du LS, les allées sont placées dans le sens de la longueur pour donner de la profondeur au magasin et abritent d'autres familles de produits (PVC, plomberie, électricité, clouterie visserie chevilles, charpente, quincaillerie, carrelage) dans des rayons prolongés par des têtes de gondole. Sur la partie avant de cet espace LS, plusieurs podiums sont montés pour des mises en avant temporaires. Ils jouxtent le comptoir libre-service et au-delà les comptoirs encaissement de l'agence. D'une façon générale, chaque famille de produits est représentée par une ou deux marques, sauf l'outillage, et les MDD sont peu représentées (5% du CA LS).