décembre 2010

Ets Lambert - Romagné (35)

Les Ets Lambert, le choix du bois et du service

Bénéficiant de plus de soixante ans d'expérience dans la commercialisation de produits bois, les Etablissements Lambert (enseigne Tout Faire Bois) basés à Romagné (35) sont parvenus à s'imposer comme un acteur régional important de la région. Grâce à l'appui du groupe Tout Faire avec lequel elle a bâti une offre qui répond avec précision aux attentes de ses clients professionnels, l'agence a pu développer une politique de services conséquente qui aujourd'hui satisfait aussi bien les artisans que les particuliers.

Fondés en 1946 par Louis Lambert, les Etablissements Lambert, alors domiciliés dans un atelier situé à deux kilomètres de la ville de Romagné (35), concentrent leur activité sur la fabrication et la commercialisation de parquets traditionnels en chêne ou châtaigner massif. En 1980, Bernard Lambert, fils de Louis Lambert, reprend la société et prend l'initiative d'étendre l'activité de l'entreprise à la vente de matériaux de second œuvre à savoir des panneaux, des contreplaqués, de l'isolation et des plaques de plâtre. En 1986, pour asseoir sa notoriété grandissante de distributeur, la société déménage pour s'installer dans la zone d'activité du Guélus, à Romagné même, sur un terrain de 8 200 mètres carrés comprenant 1 500 mètres carrés de bâtiment.

De Tout Faire Matériaux…

En 1998, les Etablissements Lambert rejoignent la centrale Tout Faire Matériaux. A l'époque, le distributeur indépendant a peu d'échanges avec d'autres intervenants du marché et connaît quelques difficultés de fonctionnement pour répondre avec précision aux demandes de sa clientèle professionnelle, par exemple pour retrouver des références spécifiques. Rappelons qu'à cette période, Internet n'en était qu'à ses débuts et les recherches s'effectuaient essentiellement sur catalogue papier. L'adhésion au groupement permet finalement à la société d'avoir accès à un fichier fournisseurs plus large, de commander des volumes plus importants pour limiter les ruptures de stock mais aussi de bénéficier des atouts d'une centrale de référencement avec des prix plus avantageux, des délais de paiements et francos mieux adaptés et surtout d'acquérir une plus grande notoriété, l'enseigne Tout Faire Matériaux étant un gage de sérieux.

… à Tout Faire Bois

Toutefois, les différences entre l'entreprise, historiquement spécialisée dans le bois, et le groupe Tout Faire Matériaux, qui se revendique avant tout comme un généraliste, sont nombreuses, notamment en ce qui concerne le référencement. Pour combler ces divergences avec le distributeur mais aussi avec d'autres adhérents dans le même cas, le groupe décide en 2010 de créer une enseigne spécifique, Tout Faire Bois et d'offrir de nouvelles solutions produits aux clients des membres spécialisés bois-panneaux avec notamment des achats groupés exclusifs. Les Etablissements Lambert prennent logiquement l'enseigne, avec quelques autres adhérents et élargissent leur offre bois en intégrant des fournisseurs jusqu'ici absents du référencement comme le fabricant de panneaux bois Krono. Le groupe met également à disposition des adhérents un plan de vente spécifique qui leur permet de consacrer une partie de l'espace de vente à la maison à ossature bois avec des brochures dédiées, des plans de stockage définis, des maquettes explicatives, des formations spécifiques… des animations qui, au final, permettent au distributeur de monter en technicité et en gamme.

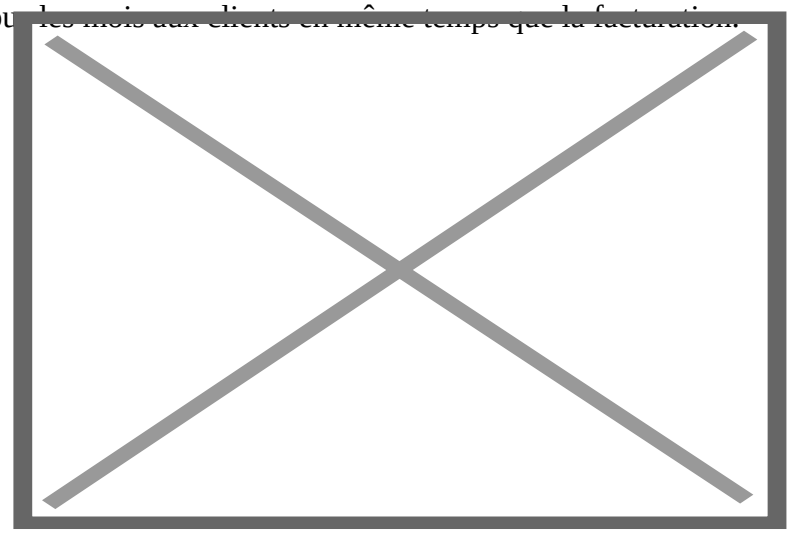
Synergie avec le groupe

Aujourd'hui, 95% des fournisseurs des Etablissements Lambert sont référencés Tout Faire Bois, les 5% restants concernant des produits de dépannage qui répondent à des spécificités locales ou des partenariats commerciaux historiques. Par ailleurs, l'adhésion de Tout Faire à la centrale d'achat CMEM a contribué à référencer des fournisseurs dont Tout Faire Bois avait besoin.

Concernant les promotions, le distributeur breton travaille en étroite relation avec le groupe Tout Faire. Ainsi, chaque année, quatre campagnes ciblées sur une famille de produits (aménagement extérieur, isolation, menuiserie et rénovation) sont organisées. Elles sont couplées avec l'édition de prospectus qui mettent en avant une sélection de produits issus de ces campagnes. Le point de vente effectue également deux campagnes promotionnelles en son nom. Réalisées au printemps et à l'automne en partenariat avec les fournisseurs référencés, elles portent respectivement sur les stores extérieurs, parquets – pour ces derniers, produits historiques de l'entreprise, la campagne est ponctuée de communications dans la presse locale – et autres produits d'aménagement (abris de jardin, écrans d'occultation, terrasses, stores d'intérieur et d'extérieur…) et sur l'isolation. Pour organiser ces animations en nom propre et afficher son appartenance à l'enseigne Tout Faire, la société s'appuie sur la grille tarifaire du groupe ainsi que sur ses catalogues qui sont personnalisés à son nom.

Pour informer leurs clients au quotidien, les Etablissements Lambert utilisent également le catalogue général Tout Faire Matériaux (qui concerne, du fait de sa généralité, 15% de l'offre de l'entreprise) ainsi que le catalogue Tout Faire Bois. Publié cette année à la suite de la création de l'enseigne, il a une validité de deux ans et permet aux adhérents de l'enseigne de bénéficier d'une communication ciblée avec des offres spécifiques, par exemple pour la maison à ossature bois.

Le distributeur effectue également du mailing avec l'envoi du prospectus Actu Pro. Autrefois réalisé individuellement par quelques adhérents, il a été uniformisé et nationalisé par le groupement afin d'apporter une cohérence hexagonale. Il est disponible en version Tout Faire Matériaux et Tout Faire Bois et envoyé tou[illegible] aux clients en même temps que la facturation.



Evolution de la salle d'exposition

Outre une offre répondant avec précision aux attentes de ses clients (essentiellement des menuisiers, des plaquistes, des charpentiers et des peintres), les Etablissements Lambert souhaitent également mettre en avant leur politique de service, à commencer par une salle d'exposition représentative. Pour affirmer cette volonté, Bernard Lambert entreprend dès 1996, soit avant l'adhésion au groupement Tout Faire, l'agrandissement du showroom pour accorder plus d'espace aux parquets, lambris et placards, revendiquant par la même occasion son attachement aux produits bois. Trois ans plus tard, l'espace est de nouveau redessiné pour intégrer toute l'offre en menuiserie avec des mises en avant de fenêtres, portes et escaliers. Les combles du bâtiment sont alors aménagés pour accueillir les bureaux administratifs et une salle de réunion.

En 2007, un nouvel agrandissement est réalisé pour mettre en place un libre-service professionnel d'une surface de 160 mètres carrés ainsi qu'une zone exclusivement réservée aux artisans (cette clientèle pèse aujourd'hui 65% du chiffre d'affaires). Mise en service en 2008, cette dernière comprend une entrée pro, un espace détente et un comptoir professionnel mitoyen à la zone couverte de chargement (le comptoir pour les clients particuliers est placé à l'entrée du magasin). Grâce à cette implantation, après avoir passé commande, les artisans peuvent directement aller charger les produits et ainsi réduire considérablement leur temps d'attente. La création de cette zone réservée a par ailleurs entraîné la réorganisation de la salle d'exposition. Les parquets, lambris et placards ont ainsi été installés dans un espace plus vaste afin de valoriser leur mise en situation et la zone menuiserie élargie pour étoffer la gamme. Concrètement, cela permet aujourd'hui au distributeur de présenter plus de trente portes d'entrée et plus de trente portes d'intérieur en situation (que les clients peuvent ouvrir et fermer pour juger de leur qualité) mais aussi d'intégrer des portes de garage et des menuiseries bois, PVC, aluminium ou mixte. Au final, grâce à ces différents investissements le distributeur a considérablement augmenté sa surface d'exposition qui est passée de 400 à 1 000 mètres carrés.

Favoriser la disponibilité des produits

Les Etablissements Lambert ont également souhaité intensifier la disponibilité des produits et bénéficier de stocks suffisants pour éviter les ruptures et répondre le plus rapidement possible à ses clients. En 2004, l'entreprise a donc fait l'acquisition du terrain voisin (7 000 mètres carrés de surface) et de 800 mètres carrés qui appartenaient à la commune pour porter sa surface totale à 14 000 mètres carrés. Elle profite de cet élargissement pour construire un bâtiment de stockage de deux mille mètres carrés, la surface couverte totale passant ainsi à cinq mille deux cents mètres carrés. En 2010, pour améliorer l'organisation logistique, deux nouveaux bâtiments sont construits, l'un pour le stockage des menuiseries en attente de livraison et les produits extérieurs (lames de terrasses, écrans…), l'autre uniquement dédié aux laines de verre et aux laines dites durables à base de fibres de bois, de coton, de plume, de chanvre… Avec cette dernière offre, qui entre pleinement dans le champ du développement durable, Bernard Lambert poursuit une démarche qui avait été initiée avec l'intégration de parquets essentiellement labellisés PEFC. Elle est même amplifiée avec l'installation sur le toit des bâtiments dédié aux isolants écologiques de panneaux photovoltaïques sur une surface de 1 200 m2. Pour afficher cette implication dans le développement durable, un écran plasma qui reprend la quantité d'énergie produite, de CO2 sauvegardé… a été placé derrière le comptoir grand-public.

Soutenir les artisans

Désireux d'accompagner au plus près les artisans tout en les fidélisant et les sécurisant, les Etablissements Lambert mettent à leur disposition un bureau d'étude comportant deux métreurs. Ces derniers, qui bénéficient d'une bibliothèque comprenant toutes les données techniques des références commercialisées, peuvent ainsi se rendre directement sur les chantiers pour prendre les cotes, réaliser des plans mais aussi effectuer des tests de charge afin de vérifier le taux d'hygrométrie des chapes avant la pose de parquet et ainsi éviter des problèmes ultérieurs liés au gonflement du bois. Le bureau d'étude réalise également en 48 heures au maximum tous les devis de menuiserie et de fermetures.

Accompagner les particuliers

Pour aider sa clientèle de particuliers, les Etablissements Lambert proposent depuis dix ans un service de pose pour les parquets, les menuiseries, les fermetures et les portes de garage. Toutefois, afin de ne pas faire concurrence à sa clientèle professionnelle, ce service ne porte que sur la rénovation (et non pas sur de la construction neuve). En effet, la rénovation est un marché qui nécessite des interventions dans des maisons habitées impliquant le respect de règles plus strictes comme la ponctualité des rendez-vous, la protection de l'existant, le nettoyage post-ouvrage… ainsi qu'un suivi particulier (service après-vente et garantie de la pose).

Ce service a été initié lors de l'aménagement de la salle d'exposition. Alors insuffisamment visitée par les professionnels (pour qui elle était originellement destinée), elle connaît, à la suite de communications locales,

une certaine popularité auprès du grand-public. Face à l'offre présentée, les visiteurs se rapprochent du distributeur pour demander les cartes des artisans. Toutefois, ces derniers ne répondent pas toujours à l'appel de ces chantiers potentiels. Bernard Lambert décide alors de nouer un partenariat avec quelques artisans clients pour tous les types de chantiers. Cependant, se percevant dans cette situation comme des prestataires, les artisans se sentent peu concernés et ne jouent pas pleinement le jeu.

Face à cet échec, Bernard Lambert embauche un poseur. Il s'engage alors à se positionner uniquement sur de la rénovation sans démarcher les clients, laissant ainsi libre cours au bouche à oreille. Aujourd'hui, ce service comprend deux poseurs et concerne une clientèle composée à grande majorité de particuliers (environ 80%), quelques artisans faisant ponctuellement confiance à ce service pour les aider sur certains chantiers.

Valoriser le travail des collaborateurs

Rayonnant aujourd'hui sur une zone de chalandise de 40 kilomètres, l'agence s'appuie sur seize salariés qui travaillent à temps plein. La salle d'exposition est animée par deux conseillers et deux commerciaux sédentaires qui sont relayés sur le terrain par une force de vente de deux commerciaux itinérants. L'un d'entre eux, embauché en 2009, a été formé à l'école de vente Tout Faire située à Verdun. Cette formation est appréciée de l'entreprise qui l'utilise pour un deuxième jeune commercial.

Au niveau logistique, l'espace de stockage est placé sous la tutelle d'un responsable de dépôt qui peut également être amené à réaliser des livraisons, épaulant ainsi le chauffeur. L'agence compte en effet deux camions et une grue (14 mètres de portée) et effectue des tournées régulières, chaque zone géographique ayant un jour de livraison attitré.

A noter que les tâches administratives sont effectuées par Bernard Lambert, son épouse et leur fils David. Arrivé dans la société en 2005, ce dernier devrait en 2012 remplacer son père à la tête de l'entreprise.

Concernant le fonctionnement interne, toute l'équipe se réunit une fois par mois pour assister à la présentation des chiffres, des objectifs, des marges effectivement réalisées… Outre le fait d'informer tous les collaborateurs sur la santé de l'entreprise et de créer une émulation commune, cette réunion mensuelle permet de détecter les « non-qualités » et d'en chiffrer les conséquences en termes de temps et de perte afin d'y remédier le plus rapidement possible.

Nicolas Desbordes