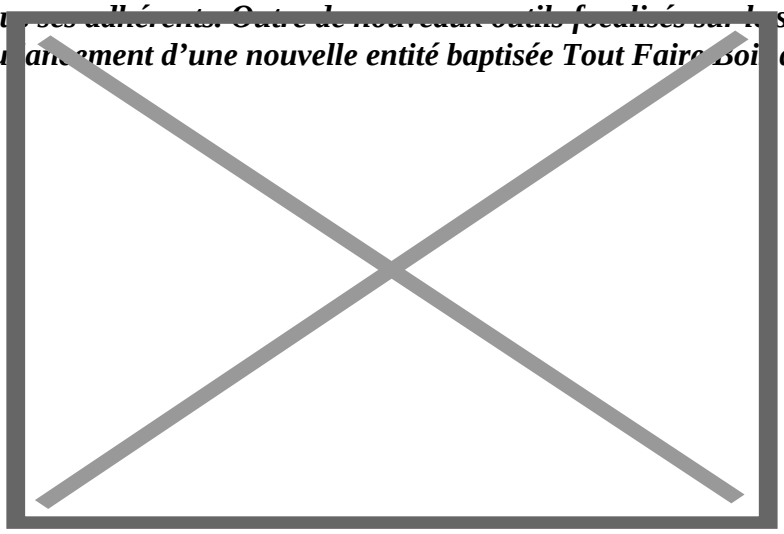
juillet 2010

Tout Faire Matériaux

Accueil / BATIDISTRIBUTION / Distribution / Tout Faire Matériaux

Tout Faire Matériaux fédère son réseau

Sur la poursuite de son projet de développement amorcé durant le second semestre 2009, l'enseigne Tout Faire Matériaux vient de s'investir dans une vaste campagne de communication afin de fédérer encore plus ses adhérents. Outre de nouveaux outils focalisés sur le savoir-faire de l'enseigne, elle s'accompagne du lancement d'une nouvelle entité baptisée Tout Faire Bois qui est axée sur une offre entièrement dédiée.



En 2009, l'enseigne Tout Faire Matériaux, son Conseil d'Administration et sa commission promotion (composée d'une trentaine d'adhérents volontaires) avaient mené un gros travail de mobilisation afin de définir une nouvelle politique de communication autour d'un nouveau territoire de marque axé sur la compétence et le savoir-faire des hommes qui composent le réseau.
A travers une nouvelle signature, « Gagnez en savoir-faire », répétée sur l'ensemble des prises de parole de l'enseigne ainsi que sur les panneaux 4 x 3 mètres implantés sur chaque agence, le groupe souhaitait s'imposer avant tout comme l'accompagnateur de ses clients et de leurs projets. La mise en place d'une nouvelle signalétique sur la façade des magasins a ainsi permis d'homogénéiser le réseau puisque 300 dépôts ont été modernisés sur les 480 que compte le groupement.

Ce nouveau positionnement, qui répond aux vingt ans de l'enseigne, s'accompagne également de nouveaux outils pour les adhérents comme un totem placé à l'entrée des magasins qui reprend les vingt points forts de l'enseigne. Le Guide des Matériaux a aussi été revisité avec une place plus importante accordée aux conseils. Ainsi, aux traditionnelles fiches techniques s'ajoutent désormais des conseils personnalisés par des adhérents, une nouveauté qui vient renforcer la proximité entre les magasins et leurs clients. Parallèlement, depuis le début de l'année, l'enseigne a établi un plan d'actions commerciales articulé autour de quatre grands temps forts de l'enseigne : aménagement extérieur, rénovation, isolation et aménagement intérieur. Ces campagnes sont relayées par un prospectus édité à l'échelle nationale qui comporte un encart régional (vingt-deux encarts différents) regroupant offres et prix personnalisés. Baptisées Les Tops, ces pages exclusives se focalisent essentiellement sur les produits cœur de métier qui bénéficient d'un positionnement prix régional, permettant ainsi de gagner en compétitivité localement.

Cette nouvelle stratégie est également soutenue par le biais d'un dispositif média conséquent intégrant la diffusion de spots publicitaires sur des stations radio nationales (RTL, Europe1…) qui reprennent les produits

présents en première page des prospectus. Une campagne télévisuelle (lancée lors de la mi-temps du matche Espagne-Suisse comptant pour la première journée de la Coupe du Monde de football) est également au rendez-vous sur les principales chaines hertziennes durant cinq semaines afin de développer la notoriété de l'enseigne.

Nouveau président et nouvelle enseigne

A l'issu de l'Assemblée Générale tenue en mai dernier, Xavier Rubis (adhérent à Avignon) a été élu Président de la S.A Tout Faire pour un mandat de six ans. Avec l'appui du directeur, Eric Dreyer, il a pour principale mission d'apporter une nouvelle dynamique à l'enseigne tout en restant dans la continuité de ce qui a été établi jusqu'ici, notamment pousser les adhérents à se fédérer davantage. Cet élan a déjà été amorcé au mois de mars lors du salon Tout Faire Matériaux avec la création de l'enseigne Tout Faire Bois. Cette nouvelle entité qui compte à ce jour une quinzaine d'adhérents permet de regrouper toutes les agences spécialisées bois qui peinaient à se reconnaître dans la communication de Tout Faire Matériaux, plutôt généraliste. Pour valoriser cette spécificité, la centrale vient d'éditer un catalogue entièrement dédié à l'offre bois avec des gammes larges allant du bois de charpente jusqu'aux produits de décoration. De plus, à partir du second semestre 2010 (dans le même temps que la refonte du site Internet), la communication va être élargie avec la distribution de prospectus promotionnels exclusifs à la nouvelle enseigne. Outre le renforcement de ce réseau de spécialistes, la centrale compte également attirer de nouveaux adhérents parmi les négoces bois indépendants et non encore affiliés à un groupement. Un rapprochement avec l'enseigne Tout Faire leur permettrait ainsi de bénéficier du large référencement de CMEM qui rassemble déjà de nombreux adhérents spécialisés.

ND