mars 2014

Tout Faire Matériaux

Tout Faire poursuit sur sa lancée

A l'occasion du Salon Tout Faire qui s'est tenu les 13 et 14 mars derniers au Parc des Expositions de Villepinte, Eric Dreyer, directeur général du groupement (508 points de vente multi-spécialistes et bois) a dressé le bilan d'une année 2013 particulièrement active pour le groupe. Si, d'un point de vue financier, « *2013 n'est pas une grande année, nos adhérents ont obtenu des résultats supérieurs à la moyenne nationale. Cela s'explique par la grande proximité qu'ils entretiennent avec leurs clients mais aussi par une offre générale plutôt axée sur la rénovation que sur le neuf* ». Au niveau du groupe, une grande partie de 2013 a été consacrée au développement de nouveaux services pour les adhérents et leurs clients. Annoncée officiellement lors du précédent salon national, la mise en place de la plate-forme logistique de Meung-sur-Loire (45) se poursuit et le site devrait être opérationnel cet automne. « *Nous sommes actuellement en phase de préparation avec le développement d'outils informatiques pour toute la gestion de la logistique mais aussi la construction des équipes. De plus, nous consultons actuellement les fournisseurs pour développer du mieux possible notre offre* ». En effet, grâce à ce site logistique, Tout Faire Matériaux se dote d'un outil puissant qui lui permet de revoir son plan de stock pour s'ouvrir les portes de nouveaux marchés. « *Nous avons récemment entièrement revu notre plan de vente carrelages et menuiseries pour permettre à nos adhérents de se diversifier dans ces familles de produits* », explique Eric Dreyer.

L'un des autres grands projets du groupement en 2013 a été le lancement, en novembre dernier, d'un road show de 150 dates pour aller à la rencontre des artisans et leur permettre d'améliorer leurs compétences sur l'efficacité énergétique. Après quelques mois de tournées chez les adhérents, les retours sont d'ores et déjà très positifs avec la participation de 1 500 artisans venus assister aux différentes réunions durant lesquelles leur ont été proposées des formations Feebat. « *En faisant prendre conscience à leurs clients de la nécessité de prendre en compte les enjeux de l'éco-conditionnalité, les adhérents s'inscrivent davantage dans la fidélisation et l'accompagnement de leur clientèle. De plus, cela leur permet de se présenter comme un acteur actif de l'éco-construction tout en évitant le risque de perdre des clients qui ne seront pas référencés RGE* ».

Concernant la formation de ses adhérents, le groupement propose des sessions dans de nombreux domaines (commercial, gestion, management, …) mais aussi sur les produits. Particulièrement techniques, les formations produits proposaient entre autres aux ATC et responsables d'agence d'étudier les différentes mises en œuvre, par exemple de carrelage et de menuiserie, pour qu'ils bénéficient d'une vision plus large des besoins des professionnels et qu'ils puissent parler « le même langage ».

Même si le groupement souhaite donc rester solidement ancré sur le marché professionnel, il n'oublie pas, pour autant les particuliers. D'ailleurs, deux nouvelles campagnes de publicité télévisuelles ont été programmées pour 2014, la première diffusée depuis fin mars et la seconde prévue à l'automne.