avril 2010

Sidamo

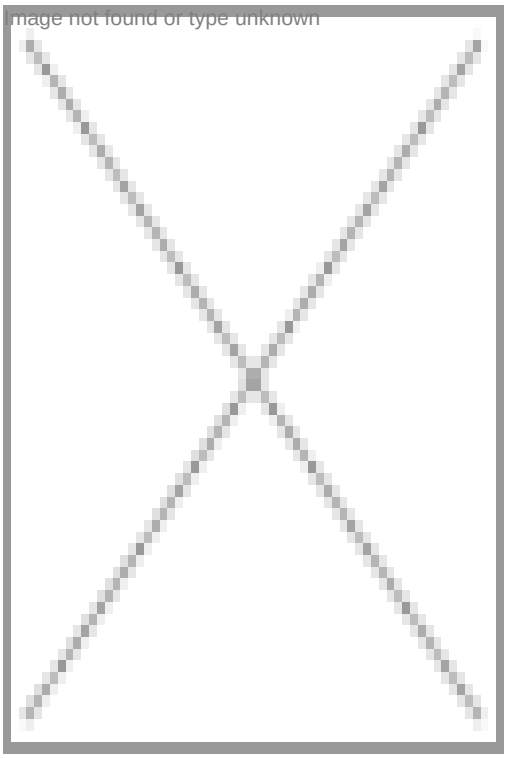
Accueil / BATIDISTRIBUTION / Fournisseurs / Abrasifs

Sidamo, une stratégie de communication globale

La société Sidamo poursuit une politique de communication ambitieuse qui marie un engagement institutionnel fort dans le sport, augmenté cette année d'une dimension citoyenne supplémentaire, des actions terrain avec des présentoirs et des opérations promotionnelles fortes, et une visibilité importante sur le net à travers un site internet rénové.

La société Sidamo articule depuis plusieurs années sa communication autour du sport, thématique dont une des principales expressions est le contrat de partenariat signé le premier janvier 2006 avec Bernard Thévenet. Pendant quatre ans, le champion cyclique a prêté son image à la marque Sidamo, en apparaissant sur la communication institutionnelle et commerciale de l'entreprise et en l'accompagnant sur de nombreuses manifestations, notamment des salons d'enseigne.

Toutefois, même si cette association est un succès indéniable, Sidamo a ressenti le besoin de faire évoluer sa communication pour lui donner une forme un peu plus institutionnelle, ou tout du moins plus distante des produits – jusqu'à présent, la symbolique sportive était systématiquement associée à la performance d'un matériel. La décision a été prise de poursuivre sur le thème du sport mais de privilégier le facteur humain afin de pouvoir s'en servir pour mettre en avant les services proposés par la société. Parallèlement, il y avait le souhait de donner une inflexion plus sociétale à la communication pour partager des valeurs chères à l'entreprise. En ligne avec cet objectif, Sidamo a choisi de soutenir la cause des personnes handicapées en s'engageant dans l'handisport, une initiative qui marie parfaitement une démarche citoyenne avec la thématique sportive.



Le parrainage de Marie-Amélie Le Fur

Ainsi, sans renoncer à son partenariat avec Bernard Thévenet qui va encore perdurer deux années, Sidamo a décidé d'accompagner jusqu'en 2012 la jeune Marie Amélie Le Fur, vice-championne olympique du saut en longueur et du 100 m aux Jeux Paralympiques de Pékin. Cette athlète de 21 ans, qui ambitionne de représenter la France à Londres, a été amputée sous le genou gauche à l'âge de 15 ans après un accident de scooter. Sidamo apporte donc sa contribution à ce projet pour lui donner les moyens de « Fais de ta vie un rêve », credo de Marie-Amélie Le Fur repris sur son site internet personnel. Sidamo va donc utiliser la voix, la signature et l'image de la jeune femme dans sa communication et ponctuellement l'inviter sur un événement.

Ce thème de l'handisport sera récurrent et permettra d'humaniser l'image de l'entreprise autour des hommes et des services, en conservant toujours une image sportive en filigrane. Il sera visible dans la communication institutionnelle, le site internet, les publicités, pourra être mis en avant lors de trophées ou concours divers et être ponctuellement utilisé dans une action commerciale avec reversement d'une somme au profit de l'handisport.

Site internet multifonctions

Autre axe majeur de communication, le site internet Sidamo a fait l'objet d'une refonte globale. Grâce au webmaster qui a été embauché au service marketing, ce site évolue de façon permanente et fait parallèlement l'objet d'un gros travail de référencement pour renforcer sa visibilité : son site rank, indicateur de sa popularité, est de 4 sur une échelle de 0 à 10, ce qui constitue déjà une excellente performance.

Sur la page d'accueil du www.sidamo.com, le visiteur peut grâce à des boutons accéder directement aux catalogues Abrasifs, Equipements, au Guide des outils diamantés, mais également à des vidéos produits (disques diamants, abrasifs agglomérés, équipements d'atelier) plus une vidéo institutionnelle, une vision à 360° du showroom avec zoom possible, une photothèque librement accessible qui reprend l'intégralité des produits Sidamo en haute définition et enfin une partie notices qui permet de télécharger les notices d'utilisation de tous les équipements d'atelier vendus par Sidamo.

Enfin, quand l'internaute se connecte au site Sidamo, il voit sur la page d'accueil l'évolution du logo de la société. Grâce à la suppression de la vague rouge et bleue qui lui était attachée, il y a désormais une cohérence totale entre le logo identifiant la marque et le logo institutionnalisé. Pour les messages institutionnels, la signature « L'expérience des hommes, la maîtrise de la matière » est conservée mais est désormais calligraphiée afin de mettre en avant le caractère humain de l'entreprise. Des photos de ses salariés présentes dans les publicités de l'entreprise illustrent cette même volonté de service et de proximité.

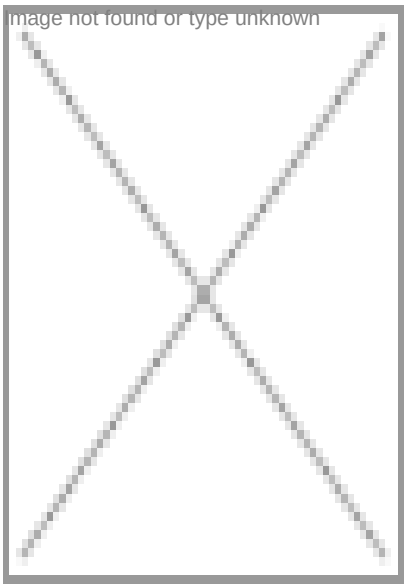
Un totem vendeur

Sur le plan du marketing opérationnel, face à des distributeurs contraints de mieux gérer leurs stocks pour résister à la crise, ce qui les incite à rationaliser leurs plans de vente, Sidamo a mis en place deux mesures. La première, financière, est l'application d'un franco à partir d'une commande de 200 e HT à partir du 1er janvier de cette année. La seconde, d'aide à la vente, est la présentation attractive des gammes actives (le 20/80) de disques diamants, disques agglomérés et abrasifs pour les traitements de surface sur un totem compact à trois faces, de 60 cm de diamètre au sol et 210 cm de haut. Ce présentoir modulable, aux broches positionnables sur mesure, peut être installé à tout endroit dans le magasin pour sortir les produits des gondoles et créer un environnement vendeur, à côté des outillages électroportatifs par exemple. Ce totem est proposé pour une commande 1 600 e HT. Depuis son lancement en octobre dernier dans toute la distribution professionnelle quincailleries, fournitures industrielles et négoces matériaux, il

est très bien perçu. Il va prochainement être complété par une PLV adaptée pourrait évoluer pour présenter des petits produits conditionnés sur carte. Pour le réapprovisionnement de ce totem, la force de vente Sidamo est prescriptrice.

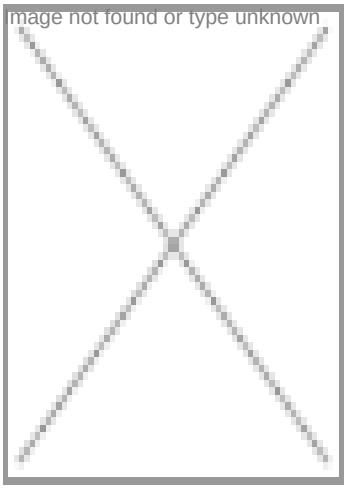
Frédéric Bassigny

25 années de disques diamants



Du 1er avril dernier jusqu'au 31 juillet prochain, Sidamo commémoreses 25 années de présence dans les disques diamants professionnels. Cette opération prend laforme d'une action promotionnelle portant sur quatre modèles proposés au diamètre 230, ledisque historique Pro Cut, le disque tout terrain Pro TT, le disque matériaux ferrailles Pro MF etenfin le disque Pro Speed. Ces disques sont vendus par paire dans un coffret prestige avec encadeau une montre qualitative discrètement logotée Sidamo. Par ailleurs, dans le cadre de sonengagement auprès de Marie Amélie Le Fur, Sidamo s'engage à reverser pour chaque coffretvendu la somme de 1e€ pour financer l'association de la championne handisport « Fais de ta vie unrêve ». Pour promouvoir cette action dans les négoces professionnels, fournitures industrielles,quincailleries et spécialement les négoces matériaux, autant de distributeurs qui pourronts'engager totalement sur les quatre coffrets ou partiellement, Sidamo a prévu d'implanter desaffiches de format A0 dans toutes les agences partenaires de l'opération.

Cette action anniversaire donne également l'occasion à Sidamo de présenter pour la première fois les nouveaux buvards qui habilleront progressivement tous les centres acier de ses disques. En effet, la norme EN 13-236 relative aux disques diamants va être modifiée courant 2010 et entraîner des changements dans les informations obligatoires qui devront y être inscrites. Pour obéir à cette évolution, Sidamo a conçu pour ses buvards une nouvelle charte graphique, sans la bande transversale autrefois obligatoire, qui fait apparaître de nouveaux pictogrammes « utilisable avec eau ou sans eau », « ne pas utiliser un disque endommagé », et autorise des vitesses d'utilisation jusqu'à 100 m/s. Visuellement, le nouveau buvard Sidamo a une taille plus réduite et les matériaux tronçonnables sont clairement identifiés par des photos. Dans les mois à venir, un nouveau conditionnement sera mis en circulation avec un disque presque entièrement visible inséré dans un emballage légèrement agrandi.



Acquisition de Mécabois

La société Sidamo a racheté le 5 janvier dernier la société Mécabois (Apt – 84). Ayant déjà étoffé en interne ses différentes lignes de produits, la société désirait depuis un certain temps finaliser une acquisition pour nourrir sa croissance. Avec l'acquisition de Mécabois, elle élargit son offre à des produits pour le bois (lames de scies circulaires, lames de scies à ruban, lames de scies sauteuses, fraises, fers de rabots…). Dans les mois à venir, un travail de fond sera effectué tant sur la refonte des gammes que sur le renforcement des compétences techniques. Comme le souligne Paul Seignolle, directeur général de Sidamo, il y a beaucoup à faire sur l'aspect commercial du dossier, mais Mécabois, qui possède une indéniable notoriété auprès de la clientèle des quincailleries, fournitures industrielles et négoces matériaux, va bénéficiera de

l’antériorité et de l’expérience de Sidamo.