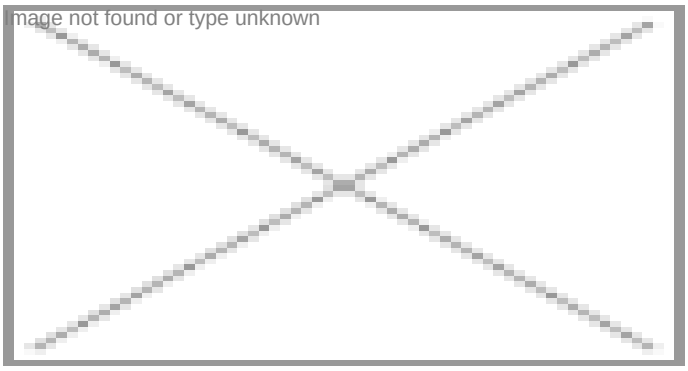
septembre 2011

Alexander Burkle - Wittenheim (68)

Accueil / BBI / Distribution

Un management par la qualité

Acteur majeur de la distribution de matériel électrique en France, Alexander Burkle a récemment élargi son champ d'intervention au domaine de la FI. Moins de deux ans après ses débuts dans ce nouveau métier, les chiffres font état d'un lancement réussi pour ce jeune distributeur indépendant qui a placé l'humain au cœur de son développement.



Créé en Allemagne au début du 20ème siècle, Alexander Burkle n'en est pas moins un jeune distributeur eu égard à son activité en France puisque l'entreprise s'implante dans l'Est du pays en 1989 à travers le rachat du grossiste C.E.F.C exploitant trois agences à Belfort (90), Audincourt (25) et Epinal (88). Après avoir restructuré et modernisé l'outil de travail existant, l'entreprise qui se qualifie de « start up de la distribution technique » bâtit au cours des années 1990 un réseau de distribution spécialisé dans l'ensemble des familles relevant de l'électrique et de l'électrotechnique implanté sur tout le Nord Est en ouvrant successivement cinq agences à Colmar, Wittenheim, Strasbourg, Metz et Haguenau. En 2000, le distributeur crée à Wittenheim, au cœur de l' « Europe riche », sa plate-forme logistique centrale dont le stock est destiné à l'approvisionnement des agences du réseau et à la préparation des commandes émises par une clientèle aujourd'hui répartie sur l'ensemble du pays et même implantées hors des frontières françaises pour certaines d'entre elles.

Ayant réalisé un chiffre d'affaires de 34 Me en 2010 (un chiffre qui devrait progresser de 12% en 2011) généré à 45% auprès de l'industrie, à 45% dans le secteur tertiaire et à 10% dans le secteur du logement, Alexander Burkle sert près de 4 000 entreprises de toutes tailles. L'atomisation de cette clientèle dominée par trois typologies essentielles, les installateurs nationaux, les industries et leurs sous-traitants et les artisans-installateurs régionaux, constitue le meilleur garant de l'indépendance et le plus sûr gage de la pérennité de l'entreprise, adhérente du département Electricité de Groupe Socoda.

L'humain au cœur du développement

Avant d'aller plus avant dans la description des services différenciateurs proposés par Alexander Burkle, il faut évoquer l'importance accordée par le distributeur au facteur humain, considéré comme le fondement et le moteur de son développement. «Notre volonté est en effet de placer l'être humain au cœur de notre métier et la relation humaine au centre de nos préoccupations avec nos collaborateurs, nos clients et nos fournisseurs » expose le dirigeant de l'entreprise, énonçant ainsi la philosophie de l'entreprise qui se décline autour de quatre valeurs fondamentales, l'innovation, la qualité, la performance et la loyauté. Au-delà des mots, ces valeurs s'illustrent par des actions concrètes qui, pour prendre l'exemple de la qualité, ont abouti à l'obtention par Alexander Burkle en 2010 de la certification Iso 9001, que fort peu d'entreprises de

la distribution peuvent s'enorgueillir d'avoir et que l'entreprise de Wittenheim a obtenu sans réserves sur l'ensemble de l'entreprise et de ses sites, avec la mention de « Best Practice » pour ses processus Logistique et Ressources humaines. L'importance accordée par le distributeur à l'épanouissement professionnel de ces collaborateurs transparaît quant à elle à travers sa gestion des ressources humaines, un élément-clé dans la performance de l'entreprise sur lequel nous reviendrons, comme dans le souci de les faire évoluer au quotidien dans un cadre de travail fonctionnel et agréable.

Des services fortement différenciateurs

L'offre produits d'Alexander Burkle est composée de 450 000 références en provenance de très nombreux fournisseurs dont 300 référencés. Ces références sont proposées à la clientèle à travers une distribution multi-canaux : la vente sur le terrain via la force de vente itinérante, la vente dans les agences de proximité via les vendeurs comptoir, la vente au téléphone via les commerciaux sédentaires et la vente en ligne à travers la webshop www.alexanderburkle.fr accessible depuis cinq ans aux clients en compte. On précisera que le commerce électronique enregistre une progression régulière et génère actuellement près de 5% du chiffre d'affaires du distributeur (outre le site marchand, diverses solutions d'e-procurement ont été développées à l'intention des clients grands comptes).

Une partie de l'offre, soit les 30 000 références produits détenues en permanence dans le stock central de Wittenheim déployé sur quelque 8 000 m² et où travaillent des équipes en 2x8 heures, est disponible sous 48 heures au maximum partout en France, livrables chez le client, sur chantier ou dans l'une des agences du réseau. Dans ce dernier cas, le délai de livraison est encore raccourci, les commandes saisies jusqu'à 19 heures pouvant quitter la plate-forme de Wittenheim dès 20 heures. Déposées durant la nuit dans les sas sécurisés des agences exclusivement dédiés à cet effet, les commandes sont ainsi à la disposition des clients dès l'ouverture des agences à 7h30.

Outre la logistique, l'entreprise possède d'autres atouts fortement différenciateurs qui en font l'un des tous premiers acteurs de la distribution indépendante dans sa spécialité sur le marché français. On peut à cet égard citer un système informatique d'une très grande puissance dont la partie software a nécessité à elle seule un investissement de 2 Me et qui permet, notamment, d'assurer le réapprovisionnement automatique des agences.
« L'informatique est une véritable barrière d'entrée dans le métier de la distribution technique et elle constitue pour Alexander Burkle un élément très différenciateur» estime-t-on à la direction de l'entreprise. La compétence très élevée de l'équipe, fruit d'une gestion des ressources humaines inédite dans le paysage français de la distribution technique, et ce d'autant plus qu'il s'agit d'une PME employant 90 collaborateurs (dont les deux tiers sont affectés à la vente), constitue quant à elle l'atout principal du négociant.

Une compétence en FI depuis 2009

Dans une démarche typiquement « cross-selling », le spécialiste du matériel électrique lançait en novembre 2009 une offre en fournitures industrielles visant à fournir à sa clientèle existante une gamme de produits complémentaire. «Nous réfléchissions à ce lancement depuis de longs mois, mais il était impératif à nos yeux que nos équipes acquièrent une compétence dans le domaine de la FI, un secteur dans lequel il n'y a pas de performance possible sans véritable spécialisation » explique le dirigeant. C'est pourquoi le distributeur a mis sur pied préalablement au lancement de son offre FI un programme de formation ayant trait à la technique des produits comme à leur commercialisation, lequel a été suivi volontairement par l'intégralité des commerciaux de l'entreprise. «La synergie existant avec Elexence, la société-sœur de Alexander Burkle spécialisée dans la formation et le conseil (cf. encadré) qui a validé ce programme, a joué un rôle majeur dans le lancement de la FI par Alexander Burkle

» constate le président de l'entreprise de distribution.

Succès rapide

Structurée autour de quatre pôles, l'outillage à main – lequel répond aux exigences très spécifiques de la clientèle du distributeur, par exemple en matière de sertissage – l'outillage électroportatif, la fixation/supportage et l'EPI, la gamme de FI développée par Alexander Burkle, présentée dans un catalogue spécifique diffusé à 3 000 exemplaires, est aujourd'hui déclinée sur 1 500 références stockées, disponibles à J+1 ou J+2 car, comme le souligne le directeur des achats Stéphane Valley « la réactivité est un impératif pour réussir dans la FI ». Cette gamme s'assortit d'un certain nombre de services tels le service Pro Bosch permettant à l'utilisateur de disposer du prêt gratuit d'un matériel de remplacement pendant le délai de réparation d'un outil.

Reposant sur l'offre de fournisseurs leaders sur leur marché dont Facom en outillage à main, Bosch en outillage électroportatif, Fischer en fixations et produits de supportage et Lafont en EPI, cette offre appelée à s'élargir aux dires du directeur des achats génère à ce jour un chiffre d'affaires de 1,5 Me, soit environ 5% du chiffre d'affaires global d'Alexander Burkle, une performance à saluer concernant une offre lancée il y a moins de deux ans.

On l'aura compris, la compétence des équipes commerciales du distributeur renforcée par les formations dispensées a largement contribué à la réussite rapide d'Alexander Burkle dans la fourniture industrielle.

La formation, un « pilier » du développement

Ceci nous amène à mettre en exergue les efforts consentis par le distributeur dans le domaine des relations humaines, et plus particulièrement en matière de la formation. Dans le cadre du plan de formation triennal établi par le distributeur, lequel sous-entend l'évaluation des compétences en amont et le contrôle continu des connaissances acquises en aval, chaque collaborateur d'Alexander Burkle, recruté avant tout pour son « savoir-être », se voit dispenser chaque année au minimum huit journées complètes de formation dégagée de toute considération commerciale. Aujourd'hui, ce type d'action est mené en partenariat étroit avec Elexence (cf. encadré), « une entreprise-sœur créée pour pallier la carence du marché en matière de formations adaptées au négoce technique » expose le président de l'entreprise de Wittenheim « mais la formation était déjà au cœur de nos préoccupations bien avant la création de cette entité spécialisée ». En témoigne par exemple l'existence de l'Académie Alexander Burkle qui a déjà produit plusieurs promotions de collaborateurs entrés dans l'entreprise dans le cadre de l'apprentissage et qui ont eu ainsi eu l'opportunité d'élargir sensiblement le champ de leurs compétences car « En matière de formation comme dans les autres domaines, nos actions prouvent nos intentions » conclut le président d'Alexander Burkle.

Dominique Totin

L’agence de Wittenheim

Déployée sur près de 1 000 m2, l’agence de Wittenheim créée en 1991 est placée sous la direction de Pascal Schussler. Une équipe de dix technico-commerciaux (et bientôt onze) dont deux vendeurs itinérants y est rattachée. Conseils, assistance et études techniques sont dispensés à une clientèle composée d’un demi-millier d’entreprises implantées à Mulhouse et autour de la ville. Au sein-même de l’agence où les clients peuvent venir retirer leurs commandes, seule la vente au comptoir est pratiquée, les gammes relevant de l’électrotechnique se prêtant fort peu à la vente en libre-service. Susceptible de déclencher des achats d’impulsion, une partie du stock de l’agence en FI est présentée derrière le comptoir. En outre, un présentoir dédié à l’EPI est situé dans le hall de l’agence.

E

Officiellement créée en septembre 2010, Elexence est née de la volonté d’Alexander Burkle de disposer de l’expertise d’une structure spécialisée dans la formation pour satisfaire ses besoins internes, aucune entité existante n’étant en mesure d’assurer les formations pointues dans le domaine de la technique comme dans celui du commerce que le distributeur entendait dispenser à ses collaborateurs pour accroître leur compétence. Dirigée par Michel Cerciat et Valérie Sommerlatt, lesquels s’appuient sur une double expérience dans le secteur de la formation et du management d’entreprises du BTP, Elexence est également ouvert à des publics extérieurs et plus particulièrement aux entreprises des secteurs du BTP, de l’industrie et du commerce de gros, les trois domaines de spécialité de l’entreprise. Structurée autour de trois pôles, technique, management et commerce, l’offre en formation d’Elexence dispensée par une équipe mixte composée de professionnels et d’enseignants s’adresse plus particulièrement, selon la nature des formations, aux chargés d’affaires, chefs de chantier, techniciens, installateurs et cadres dirigeants. Pour prendre l’exemple du volet Technique, on citera parmi le catalogue des stages proposés différents niveaux de perfectionnement dans les domaines électrotechnique, thermique, automatismes et efficacité énergétique ainsi que des formations aux habilitations électriques. Actuellement en cours de certification ISO 29 990, Elexence exerce également une activité de Conseil dans les domaines de l’organisation, du management et des ressources humaines.

8 000 m2 de stock

Le stock central d’Alexander Burkle à Wittenheim qui contient en permanence 30 000 références produits est réparti en plusieurs halls dans deux bâtiments principaux dont l’un est dédié aux produits les plus volumineux (PAC, chauffe-eau...). L’autre bâtiment est en partie organisé autour des trois marques phares positionnées sur le cœur de métier du distributeur, Legrand, Hager et Schneider, dont les références sont stockées sur deux étages. Différentes sections y sont également réservées au stockage des câbles et armoires, conduits et autres goulottes, le stock de câbles en tourets occupant une annexe spécifique, de même qu’un atelier où les câbles sont débités à façon. Délivrant une lumière qui s’allume uniquement lorsque l’on pénètre dans les travées et pratiquant le tri des papiers et cartons pour un recyclage ultérieur, cette plate-forme logistique traduit la préoccupation du distributeur dans le développement durable (sur ce dernier sujet, précisons ici, bien que ce soit sans rapport direct avec la logistique, que l’ensemble des documents papier du distributeur, dont ses catalogues et actions commerciales élaborés par la responsable communication de l’enseigne, Fanny Hatuel, est imprimé sur du papier recyclé). Concernant la FI, le stock de 1 500 références est réparti entre les différentes agences du réseau et une zone spécifiquement dédiée à cet effet à Wittenheim. Précisons que la plate-forme logistique du distributeur qui couvre actuellement 8 000 m² est appelée à s’agrandir grâce à la réserve foncière existant sur le site et que des travaux visant à cet agrandissement débuteront en 2012.