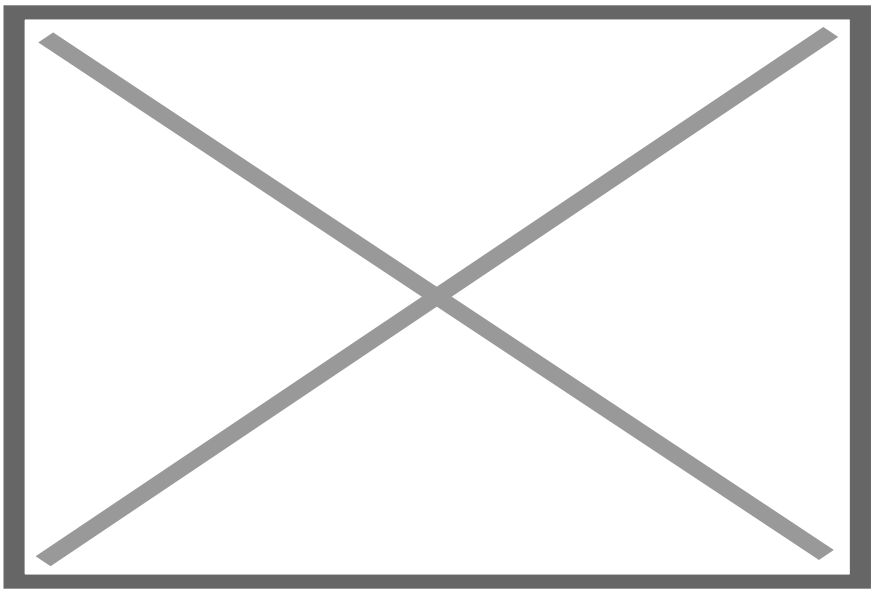
décembre 2019

Lormat – Vandœuvre-lès-Nancy (54)

Accueil / BBI / Distribution

L’humain au centre du commerce

Négociant en petits matériels pour les secteurs de la construction et de l’industrie, la société Lormat s’appuie sur une politique commerciale atypique centrée sur son magasin, également atypique, de Vandœuvre-lès-Nancy. Une stratégie qui porte ses fruits depuis 35 ans grâce à une connaissance produits pointue, un positionnement tarifaire attractif pour ses clients, et une façon de commercer basée sur les relations humaines.



La société Lormat a été créée à Nancy en 1985 par Roland Georges qui avait déjà un historique dans la vente d’outillage et qui a décidé d’utiliser ses compétences pour démarrer sa propre affaire. Dès la deuxième année, son fils et actuel dirigeant Eric Georges rejoint l’équipe – ils sont trois à cette époque – et prend le virus, qui ne le quittera plus jusqu’à aujourd’hui.

Ce petit négoce d’outillages professionnels installé en ville grandit petit à petit et déménage peu avant le milieu des années 90 à Vandœuvre-lès-Nancy, en périphérie de l’agglomération et avant la zone industrielle ; un emplacement facilement accessible pour les artisans travaillant dans Nancy et pour les camions venant de l’extérieur qui n’ont pas à s’engager dans la ville. Le nouveau local, qui est toujours aujourd’hui celui de l’entreprise, forme un « U » constitué de deux bâtiment de 500 m^2 reliés par une barre qui accueille les bureaux administratifs.

En 1995, le fils prend la succession du père à la direction de Lormat et continue d’exploiter la formule commerciale qui fait le succès du distributeur depuis ses débuts, formule toujours en place en 2019.

Bâtiment et industrie

La société Lormat est spécialisée dans la vente de petits matériels pour le secteur du bâtiment et de la construction et pour partie pour l’industrie, une activité exigeante avec laquelle elle réalise un chiffre d’affaires de 6,2 millions d’euros avec 1 500 clients actifs : « *Pour nous, une vente à 5 000 ?, c’est déjà une grosse affaire* » comme le commente Eric Georges. Elle construit son modèle économique sur son point de vente qui focalise l’essentiel de son activité avec un stock totalement accessible pour ses clients. A l’exception des commandes directement prises au téléphone, par mail ou par fax, la totalité des ventes est réalisée sur place, sans commercial itinérant (sauf exceptions sur lesquelles nous reviendrons plus tard). Les commandes sont ensuite disponibles à l’agence ou préparées pour être livrées lors des tournées hebdomadaires cadencées par secteur, voire en urgence, par les deux chauffeurs de l’entreprise qui ont à leur disposition deux camions et un fourgon. A noter que ces livraisons sont faites franco de port, « *un service mâtiné de bon sens* » précise Eric Georges, « *pour éviter tout abus* ».

L’agence, le point central

La politique de Lormat est largement basée sur le fait de faire venir ses clients à son comptoir. Son emplacement facile d’accès aide à cet objectif et il y a en moyenne une cinquantaine de passages par jour, des professionnels qui a priori doivent déjà connaître l’entreprise pour se rendre sur place. De fait, le bâtiment est totalement anonyme, sans aucune indication qu’il abrite un local commercial, et l’accès au magasin se fait par une porte presque dérobée qui n’est pas visible de la rue.

Pour son fonctionnement largement centré sur son magasin, Lormat dispose d’un stock d’une valeur d’environ un million d’euros mis à disposition de ses clients. Il n’y a pas de réserve et toute la marchandise est accessible dans « l’espace de vente », un espace de vente avec des guillemets car il s’agit plutôt d’un mélange entre présentoirs sur une partie de la superficie et allées et racks de rangements sur l’essentiel de la surface. La dénomination de stock de vente semble plus appropriée pour décrire cet environnement commercial.

Une fois dans les murs, le client rentre directement dans les 400 m^2 du stock de vente de plain-pied où les habitués peuvent se déplacer seuls pour réaliser leurs achats, avec un chariot s’ils en manifestent le besoin. Les clients moins sûrs de leur fait peuvent être accompagnés par un vendeur pour les guider et les conseiller. Dans tous les cas,...

Veuillez vous identifier pour consulter la totalité de l'article.

Vous avez perdu votre n° d'abonné. N'hésitez pas à nous contacter.

Valider

Vous n’avez pas de n° d'abonné ?
Abonnez-vous pour bénéficier de nos revues et l'accès à l'intégralité des articles !

S'abonner à la revue