juillet 2024

Mabéo Industries

Une présence de proximité

Jouant la carte de l'omnicanalité, Mabéo Industries déploie son maillage en s'appuyant à la fois sur ses agences, sa force de vente spécialisée et ses outils digitaux. L'objectif du distributeur est de renforcer sa proximité auprès de ses clients.

BBI : Que représente pour vous la notion de maillage commercial ?

Stéphane Cao, directeur général de Mabéo Industries : Le maillage territorial se traduit par notre volonté de proximité et de contact avec les clients, soit par le biais de technico-commerciaux itinérants dont l'objectif est de visiter les clients sur site, soit à travers une agence et des technico-commerciaux sédentaires chargés de répondre aux demandes entrantes des clients. Les technico-commerciaux itinérants et les sédentaires sont toujours rattachés à une agence. Lorsque sur certains territoires, il n'y a pas d'agence, ce sont les commerciaux itinérants rattachés à l'agence la plus proche qui couvrent le territoire.

BBI : Quel est le rôle de la force de vente dans ce maillage ?

S.C. : Mabéo Industries s'appuie sur 120 technico-commerciaux itinérants en France (TCI) et 150 sédentaires (TCS). Le rôle des TCI est d'entrer en relation avec les interlocuteurs sur leur site. Leur objectif est de comprendre les besoins du client, son métier, son secteur d'activité, la manière dont il travaille, de façon à lui proposer la réponse la plus adéquate.

Une première force de vente est dédiée à l'un de nos domaines d'activité stratégique : la QSE (Qualité Sécurité Environnement). Ce sont donc des spécialistes en ventes d'équipements de protection Individuelle (EPI) qui visitent des préventeurs ou des responsables des achats en charge de la protection des salariés. Un deuxième domaine d'activité stratégique – donc une deuxième force de vente – est liée à la maintenance. Ils interviennent sur les projets de maintenance ou d'investissements de nos clients industriels. Les interlocuteurs peuvent être divers : des responsables d'achat, de production, de maintenance, d'ateliers…

Le rôle des technico-commerciaux sédentaires est de s'occuper, en binôme avec les technico-commerciaux itinérants, des consultations des clients : demandes de cotation, de devis, de recherche de produit, d'équivalence produit. Ils interviennent une fois que la relation commerciale est établie. La relation commerciale est donc double. Elle est sur le site du client, mais également dans la relation quotidienne.

BBI : Et le rôle des agences ?

S.C. : Le réseau d'agences, avec trente-deux implantations, adresse des clients de toute taille d'entreprise et s'appuie à la fois sur des commerciaux sédentaires et itinérants.

Nous avons deux types d'agences : des agences avec un comptoir qui réalisent de la vente emportée et d'autres sans. La présence des comptoirs est historique et elle est liée avant tout à la typologie des clients qui se déplacent en magasins, plutôt des petites industries ou des entreprises de secteurs d'activité périphériques comme le bâtiment. Ces clients se déplacent dans les agences pour acheter de l'électroportatif, par exemple, du consommable, du matériel d'équipement ou des EPI. Les autres agences n'ont pas de stock et ne font pas de ventes en...

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