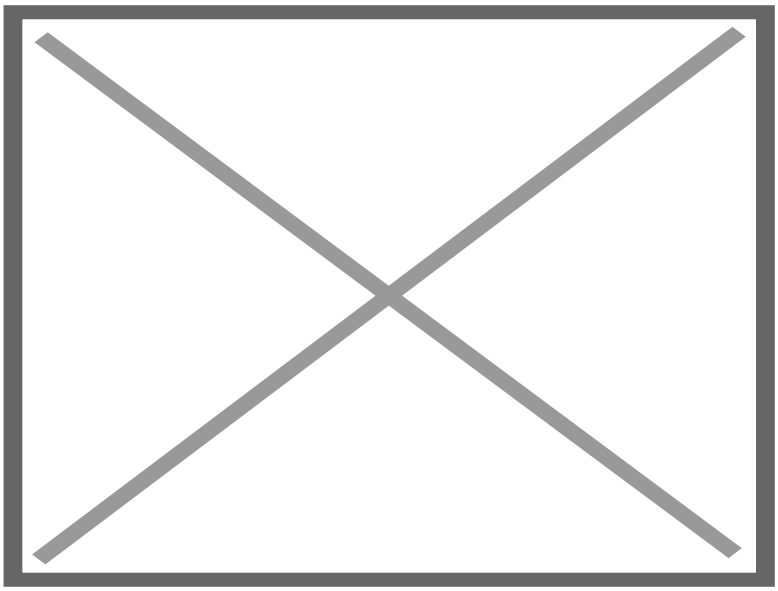
mai 2024

Rubix

Déploiement d’expertises à Chenove

La nouvelle agence Rubix de Chenove a organisé une journée technique le 16 mai dernier. Cet événement a témoigné de la stratégie déployée au sein de l’enseigne qui se positionne désormais plus comme un apporteur de solutions qu’un distributeur de références. Cette stratégie s’appuie sur toutes les compétences techniques du groupe, notamment sur celles de ses quatre centres d’expertises.

La nouvelle agence de Rubix de Chenove (21), à côté de Dijon, traduit concrètement l’évolution qui s’est opérée chez le leader français de la distribution industrielle.



Affichant fièrement l’enseigne du groupe depuis la fin de l’année dernière, ce bâtiment de 2 000 m^2, entièrement rénové, rassemble les équipes des trois entités historiquement installées dans l’agglomération dijonnaise : Orexad, qui était déjà présente sur Chenove ; Brammer, auparavant à Quétigny ; HPE spécialiste du profilé aluminium et du matériel hydraulique qui était déjà installé sur le site. Considérée comme l’agence principale pour la région Bourgogne, cette agence Rubix dessert également les points de vente de Chalon-sur-Saône (71) et d’Auxerre (89). L’ensemble réalise un chiffre d’affaires de 30 millions d’euros et s’appuie sur trente-huit personnes, dont vingt à Chenove, soit douze sédentaires et huit commerciaux externes (ATE) qui visitent les entreprises de la région Bourgogne. Près de cent-cinquante d’entre elles étaient présentes le 16 mai dernier lors de la journée technique organisée par l’agence de Chenove pour rencontrer les équipes du distributeur ainsi que celles des vingt-cinq fournisseurs présents.

Des solutions pour chaque typologie de clients

Habituellement, il y a peu de raison de côtoyer un client dans une agence. Effectivement, ici, pas de comptoir d’accueil, ni de stock imposant. « *L’entrepôt de Chenove est uniquement dédié aux Vending Machines que nous gérons et à du stock dédié client* » explique Stéphane Perriguey, Directeur Exploitation du pôle régional Bourgogne chez Rubix.

L’ensemble des commandes part effectivement de l’une des trois plates-formes du groupe en mesure de livrer les produits sous 24 heures, à Lyon (69), Ploisy (02) et Saint-Michel-sur-Orge (91). Il est vrai que les clients sont avant tout de grands donneurs d’ordre de l’industrie (50 000 au niveau groupe), essentiellement des secteurs automobile, nucléaire (Framatome notamment) et armée (Safran) pour la Bourgogne. Le groupe compte d’ailleurs parmi ses clients vingt-cinq entreprises du CAC 40. « *La façon dont sont structurées nos équipes nous amène à traiter surtout les grands clients nationaux*. » Les petits clients ne sont pas pour autant oubliés, mais adressés de façon différente. Ainsi, ceux qui représentent moins de 10 000 euros par an sont

gérés par le service Rubix Direct, à travers l'un des deux call centers qui leur sont dédiés, à Lyon (internalisé) et à Bourges (sous-traité). « *Ils ne sont donc pas visités par les ATE. Mais si leur potentiel augmente, l'agence reprend le compte*. »

Par ailleurs, le flux digital représente un poids croissant dans les ventes. Ainsi, 20% du chiffre d'affaires de Rubix en France (un milliard d'euros en 2023) est généré à travers un flux digital (10% sur le plan européen sur un CA de 3 milliards d'euros). Ce flux prend différentes formes, chacune adaptée à la cible client : le catalogue Punchout, une solution web personnalisée interfacée avec l'outil de gestion du client, l'espace client MyRubix qui permet de commander les produits 24h/24 ou encore l'EDI de commande. A terme, les outils digitaux pourraient représenter 30 à 40% des ventes, particulièrement pour tout ce qui concerne les commandes de produits...

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