juin 2022

Würth France

La formation, un engagement et un axe de développement commercial

La formation interne est un élément clé dans la réussite des entreprises, une conviction largement partagée dans l'univers de la quincaillerie et de la fourniture industrielle où les principaux distributeurs ont mis en place des moyens pour faire monter en compétences leurs collaborateurs. La société Würth France est même allée un petit peu plus loin en concevant des programmes de formation qu'elle commercialise auprès de clients extérieurs. Retour sur cette branche en plein essor avec son responsable Philippe Zimmerer, également adjoint de Claude Kopff, Président du Directoire de Würth France.

BBI : Que représente la formation pour Würth France ?

Philippe Zimmerer : Nous pouvons dire que nous sommes en avance sur ce point. Würth France a formé en 2021 près de 1 300 stagiaires pour un total de 42 000 heures de formation, soit un investissement de 3,2 millions d'euros (dont un accompagnement de 600 000 euros par le dispositif FNE-Formation). Il faut adapter les collaborateurs aux évolutions du monde. Nous sommes passés d'un modèle où les conseillers commerciaux devaient réaliser dix visites par jour en clientèle à un autre où il est indispensable de maîtriser les clés de la vente à distance et d'appréhender le social selling, le ciblage de prospects à travers les réseaux sociaux.

Ainsi, dès leur arrivée, les nouveaux collaborateurs de la force de vente bénéficient d'une période d'intégration d'environ six mois qui donne lieu à cinq périodes de stage. Ces formations, qui s'effectuaient auparavant uniquement en présentiel, sont maintenant pour partie remplacées par des enseignements à distance. Dans un premier temps, le collaborateur utilise l'e-learning pour acquérir tous les prérequis à l'apprentissage des techniques de vente. Puis se succèdent au cours des mois deux semaines complètes en présentiel et des participations à des webinaires pour conforter les connaissances. Nous avons ensuite toutes sortes de formation, de celles dédiées aux vendeurs par téléphone jusqu'aux programmes de développement personnel.

BBI : Avez-vous eu des difficultés à intégrer le distanciel requis par la Covid ?

Philippe Zimmerer : La formation à distance a en fait été mise en place de façon ponctuelle avant la pandémie de la Covid sur quelques sujets choisis et cette pratique a continué de plus belle durant cette période, en dépit de son efficacité globalement inférieure. C'était un mal nécessaire. Afin de s'adapter à cette mutation, nous avons fait évoluer nos outils pédagogiques et avons recours à des vidéos, à des exercices interactifs, à des séances d'apprentissage ludiques pour conserver l'intérêt du stagiaire lors de modules courts et engageants. Nous pouvons aujourd'hui alterner les formations à distance avec les formations en présentiel qui requièrent plus d'engagement technique. Pour citer un exemple évident, le présentiel se révèle indispensable lorsqu'on parle des peintures pour poids lourds et de leur application.

BBI : Comment a évolué votre engagement dans le domaine de la formation ?

Philippe Zimmerer : Notre engagement dans la montée en compétences de nos collaborateurs étant connue, nous avons eu au fil du temps des demandes de clients concernant des formations techniques qu'ils n'arrivaient pas à trouver et que nous dispensions en interne. Ils pouvaient signer avec l'Apave pour des

formations sur la sécurité et la santé au travail mais n'en avaient pas qui soient relatives aux applications des outils et des matériaux. En 2019, nous avons commencé à travailler pour répondre à cette attente avec la construction de programmes et l'homologation de diplômes. Nous avons monté un organisme de formation identifié par son numéro de déclaration d'activité (NDA) en 2020, et nous avons obtenu en juillet 2021 notre certification Qualiopi qui atteste de la qualité des enseignements. Aujourd'hui, Würth France prodigue des formations externes avec un catalogue de 70 cursus à son actif, allant du traditionnel comme la fonction de soudeur jusqu'au très spécifique comme la fixation en milieu nucléaire. Cette prestation de service est effectuée en collaboration avec l'Apave qui propose à ses clients nos formations en complément des siennes, tandis que nous suivons la même démarche – inversée – pour nos propres clients. Cela ne nous empêche pas d'avoir également à notre catalogue des formations SST de santé et de sécurité au travail validées par l'INRS Institut National de Recherche et de Sécurité.

BBI : Comment proposez-vous cette offre de service à vos entreprises clientes ?

Philippe Zimmerer : Pour commercialiser ces formations, nous avons créé la structure Würth France Formation (WFF) et ouvert le site internet Würth Training Center (WTC) dédié et accessible à tout professionnel. Cette unité propose un large portefeuille de formations qui sont du présentiel dans 90% de cas. Celles-ci peuvent être effectuées en « Intra » quand les formateurs se déplacent chez le client et en « Inter » quand les stagiaires se déplacent dans une de nos neuf agences, réparties sur toute la France, habilitées à accueillir ce type d'activité, sans oublier l'espace WTC aménagé aux abords du siège de l'entreprise à Erstein. Ces différents lieux disposent de salles spacieuses avec l'équipement nécessaire et peuvent recevoir les personnes en situation de handicap.

BBI : La formation est-elle devenue un axe de développement à part entière pour Würth France ?

Philippe Zimmerer : Cette activité de formation, unique dans le groupe Würth, est en effet devenue un axe de développement fort pour Würth France. Nous avons réalisé un chiffre d'affaires de 150 000 ? en 2021 et escomptons le doubler chaque année. Les premiers mois de 2022 montrent d'ailleurs que nos objectifs seront atteints cette année. Au-delà de ces chiffres, cette prestation nous permet de rencontrer des personnes différentes de nos interlocuteurs habituels, notamment au niveau des grands comptes où nous rentrons en relation avec les DRH. C'est par ailleurs une façon alternative de rentrer chez de nouveaux clients et de nous faire référencer, ce qui peut être fait à notre initiative comme à leur initiative ; nous avons embauché un premier commercial WFF en septembre 2021. Autre avantage, même si nous avons des formations générales sur des thèmes techniques, nous travaillons avec des produits Würth, ce qui permet aux stagiaires de juger de leur qualité et les incitent ensuite à en faire l'achat dans le cadre de leur activité professionnelle.

BBI : Comment est aujourd'hui structuré votre service formation et comment va-t-il évoluer à court terme ?

Philippe Zimmerer : En termes de structure, notre service formation WFF emploie vingt-deux personnes pour les formations faites pour l'interne et l'externe plus neuf personnes spécialisées dans les techniques de vente et le développement personnel. Elles travaillent sur la France entière et notamment sur le site de formation central Würth Training Center installé à Erstein. Ce service formation-ci va être totalement modernisé dans le cadre des nouveaux investissements immobiliers du groupe qui comprend notamment la refonte de nos plates-formes logistiques. Cet espace WTC logé dans un nouveau bâtiment comprendra toujours un grand open space mais sera agencé avec différents ateliers qui permettront de les spécialiser par activités et d'améliorer le confort général des stagiaires (isolation sonore). Il intègrera de nombreuses évolutions telles des cloisons mobiles pour individualiser les groupes, des systèmes interactifs de préférence à des vidéoprojecteurs pour susciter les échanges, un magasin virtuel implanté pour étudier le merchandising, un studio vidéo intégré pour réaliser des films didactiques, etc. L'ensemble est conçu pour améliorer les services rendus par Würth France aux professionnels, une démarche partagée par toutes les filiales du groupe.

Propos recueillis par Frédéric Bassigny