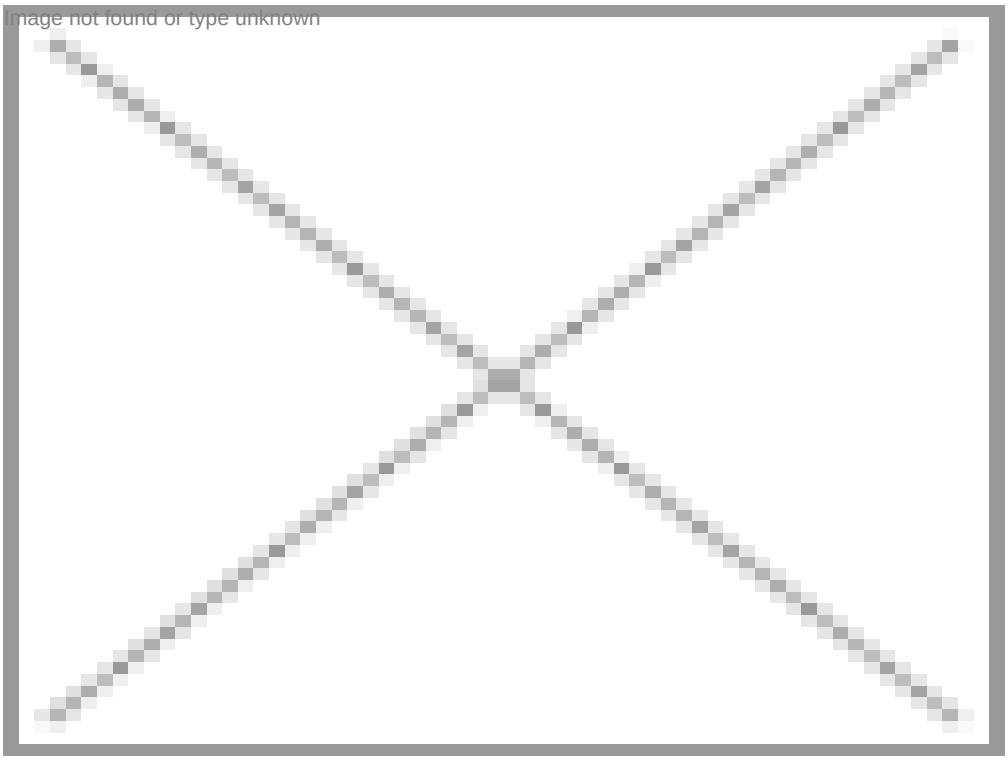
juillet 2024

Femi France

Accueil / BBI / Fournisseurs / Equipement d'atelier

La France, une priorité stratégique

Reconnu en France surtout comme un leader du sciage du métal, le fabricant italien, qui se positionne aussi sur le bois, poursuit son développement dans l'Hexagone. Au-delà de l'innovation, Femi France confirme son orientation client, avec une attention particulière portée à la réactivité et à la qualité de ses services.



Serge Guillermin, gérant de Femi France se félicite du chemin parcouru. «Le travail de confiance que nous avons mené vis-vis de nos clients porte aujourd'hui ses fruits. »

Si le fabricant italien est présent dans l'Hexagone depuis environ 25 ans, il a effectivement fortement investi ces dernières années pour donner à sa filiale française les moyens de mener à bien son développement, avec une grande autonomie. Le marché français constitue visiblement une priorité stratégique pour ce spécialiste des machines pour la découpe du bois et du métal, reconnu notamment pour ses scies à ruban stationnaires et portatives, ainsi que ses tourets. Son objectif est notamment d'affirmer ses positions, en proposant des solutions adaptées aux besoins du marché local et en développant de nouveaux services.

Confiance retrouvée

Installée depuis 2023 dans de nouveaux locaux de 500 m^2, à Décines-Charpieu, près de Lyon, Femi France dispose ainsi désormais d'un show-room, d'un espace de stockage pour les pièces détachées et les consommables et d'un SAV intégré. « En France, nous avons aussi recruté une personne pour répondre à nos clients revendeurs. Nous voulons que l'accueil client soit personnalisé » souligne Serge Guillermin.

L'orientation client est au coeur des préoccupations du dirigeant, à la tête de la filiale française depuis 2017. Ainsi, dans son showroom, l'entreprise est en mesure non seulement de présenter sa gamme mais aussi d'organiser des formations techniques pour ses distributeurs, accompagnés

parfois de leurs clients. Et, le cas échéant, l’entreprise est capable de prêter une machine stationnaire à une entreprise pour la dépanner.

De son côté, la mise en place de l’atelier de SAV a permis à la marque de véhiculer la valeur ajoutée de ses produits et son sérieux. «A...

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