décembre 2017

Pica-Marker

Accueil / BBI / Fournisseurs / Marquage

Innovation et compétence

Présent sur Batimat, le fabricant d'instruments de marquage et traçage Pica-Marker a tenu à communiquer auprès des visiteurs du salon sur son caractère innovateur et pionnier au sein de son secteur d'activité.

A travers les présentations des Competence Center et Competence Shop, modules d'exposition destinés aux points de vente centrés autour du cœur de gamme de l'entreprise (voir p.14), l'étendue de la gamme Pica-Marker était clairement visible sur le salon Batimat et notamment les avancées techniques qui ont construit son succès. Parmi celles-ci, nous pouvons citer le crayon pour trous profonds qui permet des réaliser des marquages dans les accès difficiles, le tube télescopique rétractable avec une pointe en feutre qui peut être raccourcie progressivement et retournée plusieurs fois pour lui conserver toutes ses qualités (avec à la clé une durée de vie particulièrement élevée d'où l'appellation Pica : 7 vies), le principe du capuchon carquois qui place le crayon immédiatement à portée de main dans la poche du professionnel et le rend utilisable à une main, le taille-crayon intégré en bout de capuchon… « Toutes ces innovations ont été développées pour répondre aux exigences des utilisateurs professionnels, attentifs aux gains de productivité générés par l'usage de nouvelles façons de travailler » souligne Wolfgang Harrer, directeur marketing de Pica-Marker qui poursuit : « Elles ont nourri des copies chez la concurrence mais imiter n'est pas chose simple. Les copies que nous pouvons voir n'ont jusqu'à présent ni la qualité, ni les détails requis pour être comparées à l'original. »

L'atout des Competence Shop et Competence Center

Comme évoqué ci-dessus, Pica-Marker arrive aujourd'hui sur le marché avec une présentation plus moderne et attrayante chez les revendeurs avec des propositions que l'on ne retrouve guère sur ce type de produits, habituellement considérés comme secondaires. Cette organisation modulable sous forme de mobiliers de vente Competence Shop ou présentoirs de tablette ou de comptoir Competence Center donne la possibilité aux revendeurs de mettre en valeur une gamme de produits souvent sous-estimée, suscitant ainsi l'attention de leurs clients et la réalisation d'un chiffre d'affaires plus important. « La diversité et la personnalisation de ce concept de présentation structuré selon le système Tegometall – le numéro 1 de l'agencement présent dans la plupart des magasins d'outillage en France et en Europe – donnent toutes les armes aux revendeurs pour atteindre cet objectif d'une façon pérenne et surperformer avec Pica » commente Wolfgang Harrer.

Frédéric Bassigny

Deux questions à Wolfgang Harrer, responsable marketing Pica-Marker

BBI : Comment résumez-vous l'apport de Pica-marker dans l'univers du marquage et du traçage ?

Wolfgang Harrer : Pica a créé une nouvelle tendance dans le négoce dans le secteur d'activité « marquage et traçage » avec la présentation d'une gamme de produits qui devient un « catch-the-eye » en caisse comme en comptoir. Ce succès se construit sur plusieurs facteurs déterminants, à savoir des produits innovants et attractifs orientés sur une clientèle qui a pris conscience de tout le bénéfice qu'elle pouvait retirer d'être à

l’écoute des innovations techniques du marché, une grande reconnaissance de l’utilisateur professionnel, une marge intéressante pour le revendeur sur la totalité des produits Pica, le concept présentation Competence Center mettant les produits bien en avant.

BBI : Quelle est votre ambition sur le marché français ?

WH : Avec Sébastien Angrand, responsable des marchés francophones, j’ai constaté sur le salon Batimat qu’un grand nombre d’utilisateurs et d’acheteurs potentiels nous posaient toujours la même question : « Où puis-je trouver vos produits ? ». Cela nous conforte dans notre position d’imposer une forte présence de Pica à travers nos concepts de présentation, comme nous avons réussi à le faire à l’échelle européenne. La société a réussi, en l’espace de quelques années à être le « newcomer » et leader du secteur d’activité marquage et traçage dans quasiment tous les pays d’Europe. Pourquoi pas en France ?

La question qu’un revendeur doit se poser est la suivante : « Je stagne en laissant passer mes chances d’augmenter mon chiffre d’affaire et d’optimiser mes marges, ou j’avance avec Pica ? ». Nous sommes prêts à avancer avec tous les distributeurs qui feront la démarche de travailler avec nous pour des profits partagés. Le potentiel de développement est très important.