Agécom Diffusion

Brumath®, nouvelle marque d'outillage à main

Depuis bientôt trente ans, l'écoute de ses clients distributeurs a toujours été l'un des vecteurs du développement d'Agécom Diffusion. Cette stratégie conduit la société alsacienne à investir et évoluer sans cesse pour donner les moyens à ses clients de se différencier sur un marché hautement concurrentiel et leur apporter un service personnalisé. Pour répondre à leurs attentes, la PME vient de lancer sa propre marque d'outillage à main, Brumath®.

« *Nous sommes atypiques* » résume Franck Rother, à la tête d'Agécom Diffusion depuis 2009. « *Dans un contexte concurrentiel en évolution constante et un marché fuyant, les distributeurs attendent d'un fournisseur qu'ils les aident à se différencier de leurs confrères, à fidéliser leurs clients et à en attirer de nouveaux*. »

Dès sa création, en 1988, l'entreprise alsacienne fondée par Bernard Lutz, rejoint quelques mois plus tard par Franck Rother, marque sa différence sur le marché en représentant dans l'Hexagone des marques à haute valeur ajoutée technique, nécessitant un accompagnement et du conseil auprès des clients, comme le fabricant néerlandais de tourets Creusen ou l'Allemand Scheppach, spécialisé dans les machines à bois. Trente ans plus tard, la PME a évidemment ajouté des cordes à son arc, tout en restant fidèle à ses marques historiques. Elle décline aujourd'hui son expertise sur 21 familles de produits, soit 15 000 références, et s'appuie sur des industriels partenaires tels que Telwin en soudure, charge et démarrage, Benning pour les instruments de mesure, Starmix en aspiration industrielle et sèche-main, Scan Grip en éclairage industriel et professionnel, Stayer pour les outils électroportatifs ou encore Lee Cooper en vêtements de travail et Dunlop pour les chaussures.

Une maîtrise complète du produit

Parallèlement à ces marques fortes, Agécom Diffusion travaille depuis le début des années 90 sur la profondeur de ses gammes en élargissant son offre avec des produits sourcés en Europe, à Taïwan et en Chine, commercialisés sous des marques propres à l'entreprise, à l'instar des coffrets d'outillage, des outils coupants HSS et des outils à main, l'air comprimé ... « *Agécom s'est étendu en profondeur de gamme pour répondre à la demande de ses marchés et de ses clients* » précise Franck Rother. « *Et quand on décide de commercialiser un produit, c'est que nous le maîtrisons sous tous ses angles. Nous assumons tout vis-à-vis du client. Nous apportons compétence et réactivité sur l'ensemble de...*

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