

Gedore

[Accueil](#) / [BBI](#) / [Fournisseurs](#) / [Outillage à main](#)

Une pépite à redécouvrir

En manque de reconnaissance sur le marché hexagonal, la marque Gedore doit travailler sa notoriété pour s'imposer dans les distributions industrielle et automobile, une démarche qui a conduit la filiale française à modifier sa démarche commerciale pour se rapprocher des directions de ces réseaux professionnels.

Ayant racheté une multitude de sociétés expertes dans les années 90, dont Klann dans l'automobile, la société allemande Gedore a attendu 2015 pour communiquer de façon cohérente et synergique en redonnant une unité à son offre produits globale. Ainsi, pour prendre deux exemples, Klann est devenu Gedore Automotive il y a trois ans et plus récemment, lors du dernier salon Eisenwaren, Gedore a décidé de s'engager sur la qualité de sa deuxième ligne de produits en la renommant à son nom : Gedore red. Toutefois, ces changements d'appellation ne font pas tout et comme le souligne Yves Gasse, directeur général depuis huit mois de Gedore France : « Nous bénéficions toujours de l'image de marque Klann dans l'automobile tandis que le nom et la qualité de fabrication Gedore restent peu connues des industriels. »

Cinq responsables grands comptes

Or, comme l'explique Yves Gasse : «Aujourd'hui très discrète en France, alors qu'elle est leader en Allemagne et qu'elle était très performante sur notre marché il y a encore quelques décennies, la marque Gedore, dont tous les outils à main sont fabriqués en Europe, est une pépite que le marché doit redécouvrir. » Afin de combler son déficit de notoriété sur le marché hexagonal et conquérir de nouveaux clients, la décision a été prise par le directeur de la filiale française de mettre en place une nouvelle démarche commerciale qui vise à impacter directement les directions des réseaux de distribution, délaissées depuis trop longtemps ; «nous sommes présents localement mais pas assez en centrales d'achats ».

Bénéficiant d'une importante latitude d'action pour mener à bien sa mission, il a ainsi complètement modifié la logique de fonctionnement de son équipe commerciale, auparavant organisée par grandes zones géographiques avec une présence terrain chez les distributeurs industrie et automobile locaux mais sans accès aux grands comptes. Elle est désormais scindée par métiers et réseaux de distribution, industrie et automobile, avec à terme cinq responsables grands comptes qui se partageront les centrales d'achats et leurs réseaux respectifs à l'échelle nationale et auront comme mission de se faire connaître des décideurs et des acheteurs et de travailler avec eux en confiance. L'appui sur le terrain sera moins systématique mais plus ciblé sur les attentes réelles des têtes de réseaux et de leurs points de vente.

Opérationnelle depuis mai dernier avec dans un premier temps trois responsables grands comptes dans le domaine automobile, aujourd'hui étendue à l'industrie, cette organisation apporte une nouvelle dynamique à la marque Gedore auprès de ses clients. Elle donne dans le même temps un élément de motivation supplémentaire aux collaborateurs Gedore qui se voient confier d'autres responsabilités.

Renforcer l'industrie

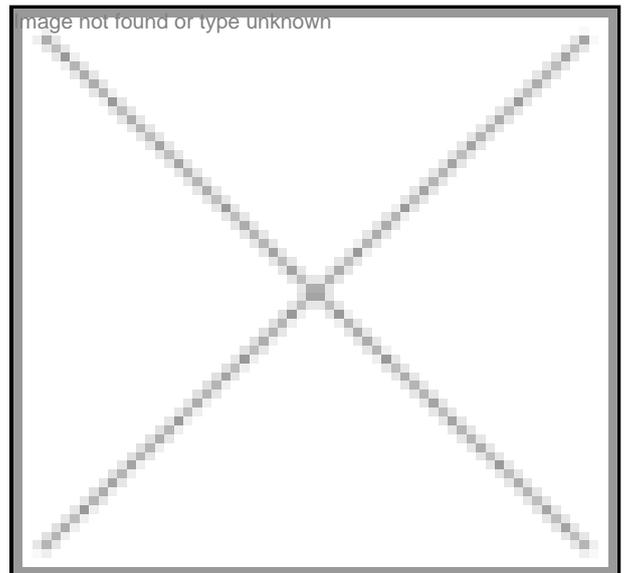
Comme le souligne Yves Gasse, le challenge à relever porte avant tout sur la notoriété et l'action commerciale. « Nous avons des produits de qualité, des livraisons fiables, des tarifs compétitifs et la connaissance du marché et des clients, mais nous ne sommes pas assez connus ». Cette nouvelle manière d'aborder la chose commerciale devrait permettre à la marque de se développer dans le secteur automobile et surtout dans l'industrie avec comme ambition de réaliser sur ce dernier marché plus de 80% de son chiffre d'affaires, à l'instar de Gedore à l'échelle mondiale, alors que ce pourcentage n'est aujourd'hui en France que de 60%. Ce simple rééquilibrage sans perte sur l'automotive, et même bien au contraire l'espère Yves Gasse, permettrait à l'entreprise de voir son chiffre augmenter de façon substantielle.

Ajoutons ici que le chiffre d'affaires de Gedore France va déjà augmenter de façon mécanique avec la récupération de la commercialisation des tournevis dynamométriques à faibles couples auparavant directement vendus aux clients aéronautiques par la division Gedore Torque Limited qui les fabrique en Angleterre.

Frédéric Bassigny

Animation commerciale

Désireuse de monter en notoriété sur le marché français, Gedore va exposer l'année prochaine sur trois salons avec tout d'abord Industrie Lyon en mars 2019 puis son retour sur Equip Auto du 15 au 19 octobre 2019 et enfin une présence sur Solutrans du 19 au 23 novembre 2019, manifestation axée sur le véhicule industriel qui constitue une jonction entre les mondes automobile et industriel. Parallèlement, la marque s'est engagée comme sponsor auprès de l'équipe de course de camions sur piste Team 14 à laquelle elle fournit de l'outillage à main. Elle pourra profiter de ce parrainage qui s'inscrit dans un univers exigeant pour inviter des clients sur différentes courses du Championnat de France (Le Mans, Albi...)



Dans un autre axe de communication, Gedore France va bénéficier d'une nouvelle ouverture sur le web avec la traduction en français du site allemand qui viendra remplacer d'une façon avantageuse le précédent site construit pour la France. Cet espace numérique sera une nouvelle fois amélioré fin 2019 lors de la sortie de sa prochaine version. En termes de présentoirs, habillages de rayons et visuels publicitaires, la société dispose de tout le savoir-faire de la maison-mère et d'une grande variété de solutions. Parmi ces dernières, nous pouvons citer les derniers visuels promotionnels qui associent une machine ou un véhicule avec un produit Gedore et une signature courte et percutante, telle « Monstrueusement précis » ou « Furieusement efficace ». Et pour vous renseigner, l'adresse clin d'œil jadore@gedore.fr remplace le classique info@.