avril 2025

Bosch Professional

Accueil / BBI / Fournisseurs / Outillage électroportatif

La marque en mode tout-terrain

Dans un marché de l'outillage atone, Bosch Professional déploie sa stratégie multi-spécialiste. La marque poursuit son déploiement dans de nouvelles familles de produits et répond plus en profondeur aux besoins des électriciens et des plombiers. Elle renforce également son image sur le terrain, à travers différentes initiatives.

Image not found or type unknown

Bosch Professional saisit la balle de la multi-spécialisation. Et ce ne sont pas les hôtes de marque qui ont accompagné le fabricant lors de la présentation de ses nouveaux produits, au stade Pierre de Coubertin, à Paris, qui diront le contraire. Clin d'oeil au partenariat mis en place entre la division outillage du groupe Bosch et la Fédération Française de handball, les anciens joueurs Daniel Narcisse, Thierry Omeyer et Nikola Karabatic, très impliqués dans le développement de ce sport chez les jeunes, sont venus témoigner des valeurs d'équipe, d'expertise et de performance de leur discipline, qui entrent en résonance avec celles de la marque.

Légitimité

Pour le fabricant d'outillage, performance rime obligatoirement avec innovation et ce, sur un nombre grandissant de familles de produits. «Nous lançons en 2025 plus de 85 nouveautés. Nous évoluons d'une marque généraliste à une marque multi-spécialiste » explique Jacques de Goüyon Matignon, responsable de groupe marketing. L'an dernier, une cinquantaine de nouveautés avaient vu le jour.

Jardin, accessoires, éclairage, outillage à main, automobile, tous les segments de marché intéressent le fabricant. «L'objectif est de proposer un complément de gamme attendu par les utilisateurs, compte tenu notamment de l'évolution de la stratégie d'autres acteurs du marché de l'électroportatif. Pour rester une grande marque, avec la gamme la plus large possible, Bosch se devait de sortir des segments de produits où nous sommes déjà présents. Mais nous n'imposons rien aux distributeurs. Contrairement à d'autres marques, nous travaillons sur le long terme, sachant que cette évolution répond à des attentes de leurs clients » explique Nicolas Gros, directeur de la division Outillage en France. «En ce qui concerne l'outillage à main, par exemple, le but n'est pas de remplacer les spécialistes. Mais la marque est, selon les études de marché, légitime sur ce marché. D'ici 2026, notre gamme couvrira 80% des besoins ».

Plombiers et électriciens à l'honneur

Sur son métier de prédilection, l'outillage énergisé, la marque déploie également une approche multi-spécialiste, quittant ainsi son étiquette de généraliste en explorant plus en...

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