novembre 2021

Flex Fema

Accueil / BBI / Fournisseurs / Outillage électroportatif

Activateur de business à taille humaine

Avec une marque positionnée comme expert multi-métiers, Flex Fema intensifie son travail auprès de la distribution et des utilisateurs de ses machines à travers ses événements Electroflex et Ecoflex. Couplant promotions commerciales et plaisir de la rencontre avec les professionnels, ces animations contribuent à soutenir l'activité de la marque, laquelle devrait finir sur un chiffre d'affaires de 15 millions d'euros en 2021 et poursuivre sur une lancée de +15% en 2022.

Le contact avec les utilisateurs est souvent plébiscité par les marques d'outillage électroportatif pour lesquelles il est fréquent d'organiser des événements d'ampleurs très diverses, allant de la tenue d'un stand lors d'une journée portes ouvertes à la concentration de son équipe de vente chez un grand distributeur pour réaliser des ventes records en un temps limité. Ces animations présentent un intérêt économique indéniable et parallèlement donnent lieu à des moments conviviaux indispensables, la relation humaine étant consubstantielle de l'acte de commerce.

Aujourd'hui, la période sanitaire la plus critique semble être derrière nous et les marques recommencent à participer à des événements, tels les salons d'enseigne, et à organiser leurs propres rendez-vous. Il en est ainsi de Flex qui revendique le plaisir d'aller à la rencontre de ses distributeurs et des clients finaux et profite de ces moments pour montrer son optimisme et sa confiance dans l'avenir. « *Nous avons été brimés pendant 18 mois* » comme le commente Philippe Bayet, directeur général de Flex Fema, « *et ce retour sur le terrain est un vrai bonheur. Nos interlocuteurs sont heureux de nous rencontrer à nouveau et de découvrir nos propositions. Nous sentions qu'une relation était coupée et qu'il était essentiel de la restaurer* ».

Saisir les opportunités des salons

De fait, depuis que les contraintes sanitaires sont plus accommodantes, la société Flex Fema s'est engagée totalement dans cette reprise de contact. Elle a déjà agi en interne en tenant en présentiel son séminaire commercial de rentrée du 30 août au 3 septembre dernier avant d'enchaîner sur trois salons avec des participations à Métal Expo Paris en septembre, Artibat Rennes en octobre et Innobat Biarritz en novembre. « *Chaque fois qu'il y a des opportunités, nous les saisissons* » souligne Philippe Bayet, « *et nous avons d'ores et déjà prévu d'exposer l'année prochaine à Eurobois, Equip'Auto et Batimat, et possiblement d'autres manifestations régionales pour aller au plus près des utilisateurs.* »

Ces premières initiatives ont été couronnées de succès. Sur Métal Expo, la marque était la seule représentante du secteur électroportatif et a agi comme un aimant sur les visiteurs. Les démonstrations se sont succédé à un rythme soutenu du matin au soir, avec une mise en avant du concept TrinoxFlex, une machine à plusieurs outils interchangeables dédiés au travail du métal (ponçage à bande, brossage, satinage, ponçage de soudure d'angle, lime à bande) disponible en 800 W, 1 400 W et sur batterie 18 V. Artibat est un salon attractif dont la réussite a bénéficié à ses exposants tandis qu'Innobat reste à venir au moment où est édité cet article.

Outre ces manifestations qui participent de la vie de la filière de la distribution professionnelle, Flex met en œuvre ses propres événements avec les Electroflex et les Ecoflex.

Les gros volumes d'Electroflex

Le concept Electroflex est né il y a une dizaine d'années et est aujourd'hui bien rodé. Son principe est d'apporter dans une agence une grande quantité de produits, en l'occurrence six palettes de marchandises, sans engagement de commande préalable du distributeur. Les machines et accessoires, exposés dans le magasin de la porte au comptoir principal, sont proposés à la vente au bénéfice du revendeur. Un minimum de deux commerciaux Flex sont présents. Ils mettent en place l'installation la veille, font de la prescription et vendent pendant la journée promotionnelle, et remballent l'exposition et le matériel non vendu le soir même. Cet événement, qui est géré par Flex, est annoncé par des mailings et de l'affichage en magasin, et fait l'objet de conditions tarifaires attractives pour dynamiser la vente immédiate, même si quelques commandes additionnelles peuvent être enregistrées.

Les machines présentées font partie du tronc commun de l'offre du fabricant, concrètement le programme sur batterie, avec comme complément des matériels filaires adaptés au secteur d'élection du distributeur (décoration, carrelage, quincaillerie…). Le principe est que tout doit disparaître, machines comme accessoires, avec en parallèle une mission de découverte sur les utilisations un peu méconnues : « *Aller au-delà du basique pour atteindre la proformance* » pour reprendre les paroles de Philippe Bayet.

En moyenne, la marque reprend trois palettes sur les six amenées, et réalise un chiffre d'affaires moyen supérieur à 20 000 ?, à 25 000 ? sur la période récente plutôt faste pour l'outillage électroportatif, avec des pointes exceptionnelles au-delà de 50 000 ?. Les magasins peuvent garder du matériel pour constituer du stock à des conditions avantageuses, mais ce n'est pas une obligation.

L'autre objectif des Electroflex, qu'il ne faut pas sous-estimer, est de prodiguer une formation aux équipes des revendeurs, commerciaux et vendeurs comptoir, qui vont profiter d'une journée complète à écouter des argumentaires fournisseurs pour parfaire leurs connaissances.

L'éco-responsabilité d'Ecoflex

L'autre opération Flex Fema est l'Ecoflex, un type d'action mis en place cette année qui introduit la notion d'éco-responsabilité par le recyclage. Son principe est de proposer la reprise de machines et de batteries hors d'usage en échange de l'achat de nouvelles machines complétées par une dotation gratuite de batteries ou d'accessoires. Pour ne pas dégrader le prix de vente, les machines sont cédées aux prix indiqués dans le livret promotionnel « Best of » de la marque.

Dans la pratique, Flex Fema vient avec deux palettes, une première qui se déploie pour former un meuble de présentation pour le programme sur batterie et une seconde qui contient une offre filaire adaptée au secteur d'activité du distributeur. L'installation rapide à mettre en place le jour même de l'animation ne nécessite la présence que d'un collaborateur Flex. Toutes les machines exposées servent uniquement aux démonstrations et ne sont pas à vendre, les commandes devant être faites directement auprès du distributeur. Les performances moyennes tournent autour de 10 000 ? de ventes.

Contrairement à l'Electroflex qui est un événement purement Flex, il s'agit ici d'une animation du distributeur à laquelle participe la marque d'outillage électroportatif. Il n'y a donc pas d'exclusivité et d'autres fournisseurs peuvent être présents en même temps, par exemple au sein de journées portes ouvertes ou de matinées techniques. C'est le négoce hôte qui se charge de la communication autour de la manifestation.

A noter ici que Flex considère ses journées promotionnelles Electroflex et Ecoflex comme allant de 8h à 18 h avec une activité devant se tenir sur toute cette période. Elle ne prévoit donc rien pour le midi afin d'éviter une concentration autour de la pause déjeuner. Dans le même ordre d'idée, la marque insiste pour être installée dans le magasin, l'endroit du commerce et des ventes, et non à l'extérieur.

Risque zéro et gain assuré

Ces deux événements fonctionnent très bien grâce à l'impulsion donnée par les commerciaux et la présence d'un stock conséquent. « *Le plaisir de pouvoir échanger en magasin avec les représentants de la marque incite les artisans à sauter le pas et à acheter de nouveaux matériels* » rapporte Philippe Bayet. « *Pour les magasins, c'est de la vente additionnelle intéressante, sans compter que les clients peuvent aussi acheter en complément des produits d'autres rayons. Il n'y a aucun risque, nous créons de l'affluence, c'est un bénéfice total* ».

Avec une trentaine d'animations déjà effectuées à fin septembre, Flex Fema a comme objectif d'atteindre les cinquante dates d'ici la fin d'année, avec pour l'instant une majorité d'Electroflex du fait de l'antériorité de ce concept. Pour 2022, la marque compte doubler son rythme actuel avec dans le même temps une multiplication des Ecoflex, faciles à mettre en œuvre et dont plusieurs peuvent se succéder sur une semaine. Le nombre d'Electroflex, opération plus complexe à gérer et qui ne peut pas être doublée sur une semaine, ne devrait pas dépasser la trentaine.

Frédéric Bassigny