mars 2019

Milwaukee

Marée rouge sur l’Irlande

En 2018, Milwaukee affiche une croissance record de son chiffre d’affaires en Europe de 29%, en phase avec son évolution en France. Cette dynamique est notamment portée par le sans-fil, qui bénéficie de nombreuses nouveautés que les distributeurs et prospects invités à la conférence annuelle de la marque, qui s’est tenue à Dublin, ont pu découvrir.

Théâtre de la conférence annuelle européenne de Milwaukee, Dublin a vu la vie en rouge pendant quelques semaines en février. Lors de l’événement Milwaukee Heavy Duty Dublin, le fabricant d’outillage a en effet réuni ses distributeurs, clients grands comptes et prospects du vieux continent, à un rythme de deux jours par session. «C’est l’opportunité de voir toutes les nouveautés, de prendre en main les machines, de comparer leurs performances avec celles des produits de la concurrence et de comprendre l’ADN de Milwaukee » souligne Jason Chiswell, Vice-président Marketing et Key Account Europe. L’Hexagone était plutôt bien représenté puisque la filiale française du fabricant américain a multiplié par deux le nombre des participants, portant l’ensemble à 300 invités, répartis en quatre groupes.

Des résultats record

Cet événement est effectivement l’un des points d’orgue d’une stratégie de développement menée tambour battant sur le terrain et qui, visiblement, fait ses preuves. Présente depuis une quinzaine d’années en Europe, la marque pro du groupe TTI affiche une nouvelle fois des résultats record, en témoigne un gain de chiffre d’affaires de 28% sur le plan mondial et de 29% en Europe. « Nous continuons à être la société d’outillage électroportatif qui progresse le plus en Europe » se félicite Jason Chiswell. La France n’est pas en reste puisque ses ventes ont gagné 30% en 2018, pour atteindre les 50 millions d’euros. Et une croissance à deux chiffres est, de nouveau, attendue, pour 2019. Même aux États-Unis, sa terre natale où il s’affirme comme le leader en outillage électroportatif, le fabricant réussit une évolution à deux chiffres. «Cette croissance obéit à deux moteurs différents » explique Tomasso Comboni, Pdg de TTI France et Italie. «Aux États-Unis, Milwaukee poursuit son développement car la marque continue à élargir le périmètre de son activité en intégrant de nouvelles catégories de produits comme l’outillage à main, l’éclairage, le rangement... En Europe, nous sommes challengers, nous construisons, avec partout un positionnement premium, et du service. Milwaukee, ce n’est pas simplement de l’outillage, c’est une réponse à comment on va travailler. »

Le développement de Milwaukee repose sur plusieurs piliers, à commencer par une présence forte sur le terrain, chez le revendeur professionnel où elle commercialise exclusivement ses produits et sur les chantiers, au contact des utilisateurs finaux. «La prescription est un sujet clé pour nous. Le but est d’aller au contact des clients et de leur apporter des solutions » ajoute Jason Chiswell.

Cette stratégie est portée par l’équipe JSS (Jobs Site Solutions), dont la vocation est de démontrer auprès des professionnels ce que l’utilisation des outils de la marque leur permet de gagner en productivité, efficacité, sécurité et d’étudier leurs besoins. En Europe, les JSS sont passés de 30 personnes, en 2015, à 150 aujourd’hui. Ils ont visité, en 2018, quelque 1,8 million de clients

potentiels générant 4 000 conversions aux produits de la marque. En France, cette équipe compte 18 personnes et va continuer à s’étoffer au cours de l’année. « On ne regarde pas ce qu’on peut apporter à un utilisateur d’un point de vue produit, mais par application, par métier. L’objectif est de comprendre les besoins des utilisateurs finaux pour leur apporter ensuite une solution complète. Ce programme est conçu pour aller chercher...

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