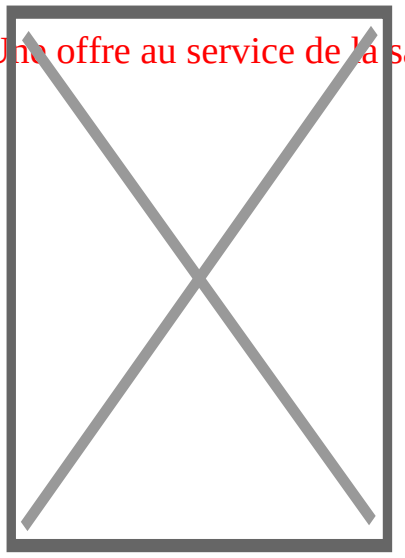
juillet 2013

Van Ommen

Une offre au service de la satisfaction client



La société néerlandaise, Van Ommen, qui a fêté l'an dernier ses 60 ans, s'affirme sur le marché français en s'appuyant sur ses atouts : un assortiment de plus de 20 000 références d'outils coupants pour l'usinage des métaux, réparties entre les marques Phantom, International Tools et Torax, et un service performant, entièrement tourné vers la satisfaction client.

En soixante ans, l'entreprise fondée par Gijs Van Ommen a fait un bon bout de chemin même si ses racines sont profondément ancrées à Beekbergen, non loin d'Apeldoorn, petite ville des Pays-Bas située à environ 90 kilomètres d'Amsterdam. Lorsqu'en 1952, l'entrepreneur décide de mettre à profit ses compétences dans l'outil coupant en créant sa propre activité dans la maison familiale, son catalogue comprend cinq cents références. La petite histoire retient même qu'elles étaient stockées sous son lit...

Aujourd'hui, la société Van Ommen détient 25% des ventes d'outils coupants pour le métal aux Pays-Bas avec une offre qui se décline en 20 000 références. Elle devrait réaliser un chiffre d'affaires de 12,7 millions d'euros en 2013 contre 11 millions en 2012.

Dimension familiale

L'entreprise ne s'est pas départie de son caractère familial même si elle emploie une cinquantaine de personnes. Symbole de cet état d'esprit, elle est toujours implantée dans son berceau d'origine. Le bâtiment de l'ancienne demeure de Gijs Van Ommen, qui accueille aujourd'hui la logistique, est toutefois adossé depuis 1988 à un site moderne qui intègre les services commerciaux, administratifs et de direction.

En reprenant en 1989 les rênes de l'entreprise, Jan Gerbrand Van Ommen, le fils du fondateur, n'a pas rompu ce charme. A travers leur décoration et leur aménagement, les lieux ont été conçus pour être accueillants et agréables, tant vis-à-vis de l'extérieur que pour ceux qui y travaillent. « C'est bien que les équipes aient un tel environnement pour travailler » précise, tout naturellement, Jan Gerbrand Van Ommen. Le P-dg, d'ailleurs, n'hésite pas à partager quotidiennement le temps de repas avec les salariés.

Un projet commun partagé

Cette philosophie guide la stratégie de l'entreprise jusque dans sa relation avec ses clients, qui bénéficient d'une réelle attention à leurs préoccupations. Elle leur accorde par exemple le droit de se tromper, en leur offrant la possibilité de retourner l'outil sans frais de reprise, ou d'être livrés en 24 heures à l'unité sans surcoût. « *On ressent cette philosophie lorsque l'on arrive dans l'entreprise. C'est ce qui fait la force de Van Ommen et permet même de faire la différence* » souligne Yannick Faizeau, responsable commercial France pour la moitié Ouest. « *Cette culture d'entreprise axée sur les hommes fait partie du succès de la société. Chacun est très autonome sur son poste. De là découle, chez chacun, une recherche de la satisfaction du client et un niveau de service très élevé. Chacun prend ses responsabilités, avec un fort respect de la notion d'engagement* » confirme Franck Biero, chef des ventes France et responsable commercial pour la partie Est. « *On se différencie des grosses structures qui ont des lourdeurs administratives... Nous, on fait du commerce, on n'attend pas, on répond, on y va. Très motivées, les équipes se rassemblent toutes autour d'un projet commun : développer l'entreprise* ».

20 000 références

Forcément, en soixante années d'existence, l'offre de l'entreprise s'est étoffée. Van Ommen propose aujourd'hui à son catalogue 20â€¯000â€¯références d'outils de précision pour l'usinage des métaux, complétées par une offre de forets pour le béton et pour le bois. Cette gamme se décline en huit grandes familles de produits : perçage, filetage, fraisage, chanfreinage et ébavurage, alésage, sciage et poinçonnage, tournage, serrage et bridage. Ceci permet à la société hollandaise d'afficher sur certaines familles des scores de vente non négligeables avec par exemple près de 2â€¯millions de forets écoulés en 2012. «*Nous nous qualifions comme un intégrateur, nous déroulons la gamme au maximum, nous la faisons vivre en largeur et en profondeur* » poursuit Franck Biero.

Les produits sont sélectionnés selon un cahier des charges techniques et qualitatif très précis chez des marques leader dans leur segment de marché. « *Nous allons chercher le meilleur chez chacun. Nos fournisseurs sont de vrais partenaires, nous développons parfois des produits en commun, nous nous engageons sur des volumes. Quand on veut un service, il faut peser* ». 80% de la gamme est issue de producteurs européens, dont 70% en Allemagne.

Par ailleurs, depuis 2000, Van Ommen a intégré son propre atelier de fabrication à façon de lames de scie à ruban pour gagner en réactivité et en flexibilité. Elle est ainsi en mesure de livrer un ruban avec une denture spécifique, à l'unité dès le lendemain.

Une stratégie de marques

Si Van Ommen s'appuie sur environ 70 fournisseurs, elle met en avant ses propres marques sur les produits. « Nos marques sont le garant de notre niveau de qualité ». 80% du chiffre d'affaires est réalisé avec la marque Phantom, créée en 1995. Cette marque rassemble les produits à valeur ajoutée technique dédiés aux marchés de la mécanique générale et de précision. Jouant la carte de la largeur et de la profondeur, elle comprend des outils coupants de toutes les tailles et de toutes dimensions, y compris les moins courantes : forets extra-longs, tarauds en pas non standards, alésoirs croissants par 0,01 mm, en HSS cobalt ou en carbure monobloc, forets en carbure monobloc à trou de lubrification, revêtements TiAlN-B ou Diamond, fraises UGV et toriques, etc. Cette offre évolue en permanence pour intégrer les innovations les plus récentes comme les forets et tarauds HP2 qui répondent à un vrai besoin de l'utilisateur final en terme de gestion des stocks et de productivité. « *Ils permettent également à notre distributeur de se positionner par rapport à une offre technique, de ne pas être exclusivement sur une discussion prix* ».

Lancée en 1978, la seconde marque, International Tools, est orientée sur les produits à moindre valeur ajoutée, pour des applications ne nécessitant pas un usage intensif dans les secteurs de la maintenance, du bâtiment, de la serrurerie, de la tôlerie. De son côté, Torax supporte depuis 2006 l'offre pour le bridage et le serrage (mandrins porte-forets, mandrins porte-outils, mandrins porte-pinces, pinces et porte-outils VDI, étau

de serrage...). *« Chacune des marques est clairement positionnée sur le marché. Pour le client, c'est simple. L'offre est claire, bien différenciée. Et cela permet au distributeur de rationaliser ses achats. Il peut passer commande auprès d'un seul fournisseur avec des offres bien identifiées* ».

La clé des stocks

Quelle que soit leur marque, l'ensemble des articles au catalogue sont tenus en stock à Beekbergen sur une surface de 2 000 m2. Elément stratégique de l'entreprise, ce stock représente une valeur de 4,5 millions d'euros, soit un peu plus de trois mois de vente. « *Bien vendre, c'est aussi bien acheter, d'où des achats en volume* ».

Cette puissance de stockage est aussi la clé pour disposer d'un service différenciant. Les livraisons sont expédiées et livrées sous un délai de 24 heures pour toute commande arrivée avant 17 heures. Un service UPS spécial permet également la livraison avant midi. Pour gagner en réactivité, Van Ommen propose même, en option à ses distributeurs la livraison directe chez le client, sous un emballage neutre. « *Bientôt, nous proposerons l'édition du bon de livraison aux couleurs du distributeur* ». Le processus est bien rôdé, puisque les 20 000 articles disposent d'un taux de service de 99%, le taux d'erreur dans la préparation de commande étant de deux pour mille. Une commande préparée est, il est vrai, contrôlée par une deuxième personne. « *Ce sont des données réelles. Nous établissons de façon journalière des statistiques* » précise Franck Biero. Deux cent quatre commandes sont expédiées quotidiennement, d'une valeur moyenne de 265 euros. « *95% de l'offre est livrable à l'unité sans coût additionnel* ».

De nouveaux investissements logistiques sont d'ailleurs sur le point d'être effectués, avec l'acquisition d'un transstockeur automatique et l'agrandissement des locaux.

Déploiement en France

Cette gamme complète et ce service à forte valeur ajoutée sont l'une des forces de Van Ommen pour se déployer sur la France. « *Sur le marché français, personne n'a une offre aussi large et aussi profonde dans les outils coupants pour le métal que Van Ommen, avec un service aussi complet. Nous sommes en mesure de répondre à n'importe quelle application* » souligne Franck Biero. La société s'est ouverte à l'export en commençant par la Belgique, en 2001, suivie par la France en 2005, le Danemark en 2006, le Royaume-Uni en 2007, l'Espagne en 2008, l'Italie en 2010... Contrairement au Danemark où le développement s'appuie sur des agents commerciaux, Van Ommen a en France fait le choix en 2008 de travailler avec une équipe intégrée, avec l'arrivée de Franck Biero. Auparavant, l'entreprise rencontrait ses distributeurs ponctuellement au gré de foires et salons professionnels.

Aujourd'hui, l'hexagone représente le second marché de Van Ommen qui table sur un chiffre d'affaires de 1,5 à 2 millions d'euros en 2013, avec une progression de 10%. Pour accélérer ses ventes en France et affirmer sa présence sur le terrain, l'entreprise s'appuie depuis septembre 2012 sur un second responsable commercial, Yannick Faizeau. « *Notre objectif est de passer à trois personnes d'ici 2014. Nous avons des positions à prendre sur des marchés encore plus techniques qui nécessitent un support technique. Ensuite, l'évolution de la structure se fera en fonction de celle du chiffre d'affaires* ».

Un développement ciblé

Dans chaque pays où l'entreprise est implantée, elle se base exclusivement sur des réseaux de distribution. « Notre discours est clair. Nous ne vendons pas en direct ». Van Ommen cible les spécialistes en fournitures industrielles, les spécialistes de l'outil coupant, le secteur du bâtiment et de la quincaillerie. « Le spectre est large. Sur chaque segment, nous nous intéressons aux distributeurs représentatifs sur leur marché, le leader dans chaque zone, pour avoir la meilleure couverture possible et dégager le plus rapidement possible du chiffre d'affaires. Et sur chaque zone, nous avançons avec notre partenaire » poursuit Franck Biero. « La

structure familiale de l'actionnariat de Van Ommen nous permet de travailler dans une grande sérénité. Nous travaillons à la construction d'un maillage territorial ».

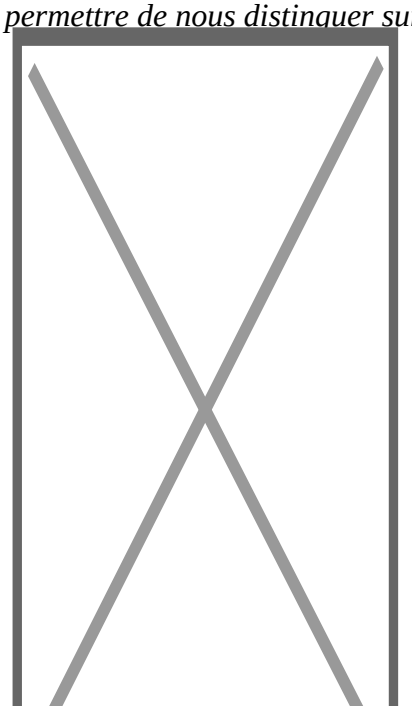
Van Ommen propose à ses clients un accompagnement technique, de la formation et met à leur disposition différents outils marketing comme des présentoirs ou des displays permettant de donner une meilleure visibilité à l'offre. « *Quand le client final voit le produit, il sait qu'il est disponible en magasin* ».

Ses différentes marques sont rassemblées au sein d'un catalogue, conçu comme un véritable guide de choix dans lequel le vendeur peut identifier facilement les références correspondant aux attentes de ses clients. Un catalogue trimestriel promotionnel « Promotoolz » jouant sur le positionnement complémentaire des trois marques est également édité à hauteur de 5â€¯000 exemplaires, en plus des promotions personnalisées réalisées avec certains clients ciblés.

Par ailleurs, d'ici 2014, un site marchand permettra aux distributeurs non seulement de vérifier la disponibilité des produits mais aussi de passer commande. « *Nous apportons à nos clients du service mais aussi, à travers nos formations, de la valeur ajoutée technique et une acquisition de compétences. Nous construisons ensemble* ».

Un support des ventes performant

La structure commerciale itinérante s'appuie sur le back-office des Pays-Bas, qui comprend quatre personnes dédiées à la France et à l'Espagne notamment. En lien avec les commerciaux, deux Area Managers construisent la stratégie de développement sur le marché tandis que les deux responsables du support des ventes répondent aux questions des distributeurs concernant les prix, la disponibilité des produits, aux questions techniques comme aux demandes spéciales avec l'appui des deux personnes du support technique (bientôt trois). Le client est toujours accueilli directement en français. « *Nous avons de plus en plus de demandes spéciales. Quand le distributeur nous amène sur ce genre de problématique, c'est positif. Il reconnaît notre performance* » se félicite Franck Biero.
A ce sujet, l'apport du Test and Training Center, autrement dit un centre d'essai tout nouvellement équipé de deux machines ultramodernes, donne de nouveaux moyens à l'entreprise. Van Ommen, qui vient d'investir 200 000 euros dans l'achat de ces équipements, est désormais en mesure de gérer en interne les essais concernant ses produits ou de répondre à une problématique précise d'un utilisateur. Cet équipement permet de simuler l'utilisation d'un outil en fonction d'un matériau, de déterminer le produit qui fonctionne le mieux et d'établir des préconisations précises, données à l'appui – cet outil est par ailleurs dédié à la formation client. Cet espace est également doté d'une machine permettant de faire du contrôle dimensionnel et donc de renforcer le contrôle qualité lorsque les produits arrivent de chez le fournisseur. En outre, il comprendra un équipement dédié au test des outils utilisables à la main. « *Quand on annonce à un client que notre foret dispose d'une durée de vie de 30% supérieure, on peut le prouver. Le Test and Training Center va nous permettre de nous distinguer sur le marché* ».



Agnès Richard

La nouvelle gamme de forets et tarauds HP2, proposée par Phantom, offre une haute qualité de perçage et de filetage alliée à une vitesse de coupe et à une durée de vie optimisées permettant de réduire les coûts de production.

Grâce à l'utilisation possible sur tous les types de matières (inox, fonte, cuivre, aluminium et aciers alliés), le changement systématique d'outil devient inutile et permet donc à l'utilisateur de gagner du temps. Les frais de stockage sont également réduits car il n'est plus nécessaire de stocker différents types de forets et de tarauds en fonction du type de matière à usiner.

Les forets HSS-Co avec revêtement TiN de la série HP2 disposent d'un affutage en croix à 4 facettes permettant d'obtenir une grande précision de perçage et une précision de coupe maximale. Le profil de la goujure permet une évacuation rapide et efficace des copeaux ainsi qu'une excellente stabilité.

Les tarauds HP2 sont dotés d'un côté coupant plus résistant grâce à l'ajout de 3% de vanadium à un acier fritté avec poudre métallurgique. Ces tarauds sont préconisés pour les matériaux avec une résistance de 350 jusqu'à 1400 N/mm2. Le nouveau revêtement Hardlube (double revêtement TiAIN et WC/C) permet une protection optimum lors de la coupe, une évacuation des copeaux optimisée et un refroidissement minime ou nul.