décembre 2013

Dom Métalux

Accueil / BBI / Fournisseurs / Quincaillerie

Le DOMaine de la quincaillerie

Un catalogue riche de 8 000 articles, une présence française et européenne appuyée par neuf usines de fabrication, l'offre Dom trouve aujourd'hui un second souffle au sein du groupe Sécuridev qui investit pour en faire une marque de premier plan sur le marché.

Acteur européen de la quincaillerie de bâtiment, le groupe Sécuridev vient de franchir une étape importante dans sa stratégie de développement en s'organisant pour promouvoir son offre Dom à l'échelle européenne. Constituée des deux marques Dom, positionnée sur le haut de gamme, et Métalux pour les lignes de moyen de gamme et haut de gamme sur certains segments historiques, cette offre est aujourd'hui rassemblée dans un catalogue riche de plus de 8 000 articles qui en fait une référence dans le domaine de la quincaillerie de bâtiment.

Une offre de 8 000 références

Fort de neuf usines en Europe et de marques, parfois nationales, dédiées soit à la distribution soit à la vente directe, le groupe Sécuridev a décidé d'unifier ses forces d'une façon plus rationnelle pour d'une part proposer à la distribution une gamme unique sur le marché et d'autre part mener à bien son développement européen. La décision du groupe a été de concentrer ses efforts sur la marque Dom, la plus internationale de son portefeuille – au nom court facile à mémoriser et à prononcer – pour constituer une offre enrichie par toutes les unités de production du groupe. C'est ainsi qu'est né le nouveau catalogue Dom (cf. encadré) fort aujourd'hui de plus de 8 000 articles référencés sous les marques Dom et Métalux, contre 5 000 auparavant, avec des produits issus des usines Dom et Métalux mais également des autres usines du groupe. Cette synergie globale au sein de Sécuridev a ainsi permis d'étoffer d'une façon très importante certaines lignes de produits comme par exemple les barres anti-panique et la gamme des cylindres. En termes de positionnement, la marque Dom est sur le haut de gamme tandis que Métalux a été affectée à des lignes moyen de gamme et certaines familles historiquement typées Métalux, comme par exemple la gamme miroiterie et les gâches électrique bronze en applique. Dans cette dernière gamme, le nom Beugnot a même été conservé pour désigner les différents modèles.

Des services supplémentaires

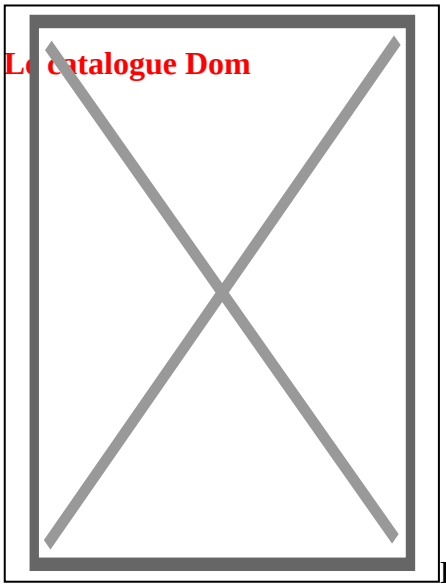
L'objectif de Dom est de devenir une marque européenne de premier plan, comme ensemblier de la porte. Cette nouvelle ambition, actée fin 2012, a d'ores et déjà entraîné des changements importants au sein de l'entreprise, dont en premier lieu le catalogue que nous avons évoqué plus haut. En termes d'organisation, le site de St Dizier est la plate-forme qui distribuera l'ensemble de l'offre Dom sur tout le territoire français. Donneur d'ordre aux unités de production afin d'assurer le meilleur service possible aux clients, il est organisé avec une nomenclature de produits A, B, C et D que l'on retrouve dans le catalogue (code stock) et qui indique les délais de livraison promis. Parallèlement, le service client de l'entreprise a vu sa plage horaire agrandie, de 7h30 à 18h, un site internet dom-europe.com a été créé en remplacement de metalux.fr et l'adresse email service@dom-europe.com destiné à la demande de renseignements a été ouverte. Autre élément d'importance, le logo Métalux a été redessiné avec l'utilisation partielle du cadre entourant le logo Dom afin de faire un rappel de la marque premium. Enfin, ce changement stratégique s'accompagne de la mise en place d'une politique commerciale rénovée et dynamisée placée sous la responsabilité d'Alain Bonhomme, le nouveau directeur commercial Dom entré en fonction le 12 novembre dernier après une

expérience de six ans comme directeur des ventes chez le fabricant d'outillage électroportatif Fein. Cette politique sera présentée en avant-première aux équipes Dom et aux clients de la marque au cours de la première quinzaine de janvier.

Précisons enfin que cette refondation n'aurait pas pu être menée à bien sans le soutien actif de la holding SFPI, maison mère de Sécuridev dirigée par Henri Morel, qui investit sur le long terme pour construire ce projet ambitieux.

FB

Le catalogue Dom



Disponible depuis fin novembre 2013, le catalogue Dom 2014 est né de la mise en place de la nouvelle stratégie développée par Sécuridev. Fruit de six mois d'un travail collectif mené en interne, il compte sur 800 pages plus de 8 000 références Dom et Métalux réparties dans six grandes familles de produits : le cylindre mécanique (clé 3D, clé réversible, A2P, mécatroniques…) ; le domaine du serrurier, du métallier et de l'aluminier (serrures à encastrer, gâches, serrures en applique, verrous…) ; le domaine du miroitier (serrures, compléments pour portes, séparateurs de balcon…) ; le domaine du menuisier bois (serrures PMR, serrures à larder, serrures en applique, verrous, batteuses…) ; la barre anti-panique (cross-bars, touch-bars, crémones…) ; le verrouillage électrique et le contrôle d'accès (cylindres électroniques, verrouillage électrique, gâches électriques...). Il bénéficie d'une nomenclature simple à appréhender et d'une mise en page aérée où sont clairement indiquées les caractéristiques techniques des produits avec des pictogrammes, tableaux et schémas. Il a été édité à 12 000 exemplaires et est destiné à la distribution et ses clients.

Pour les distributeurs Dom, ce catalogue est accompagné d'un tarif mis en page dans le même souci de clarté qui indique toutes les informations commerciales à connaître, de la référence jusqu'au code stock. Ce tarif a fait l'objet d'un gros travail de remise à niveau tarifaire – veille marché sur plus d'un millier d'articles – afin de remettre à niveau toutes les références avec les prix du marché.