Lincoln Electric

Un showroom en situation

Avec comme unique leitmotiv le soudage et le coupage, quels qu'en soient les procédés et le mode, manuel, automatique ou robotique, Lincoln Electric est le leader mondial de cette activité. S'appuyant aujourd'hui sur des distributeurs en mesure d'accompagner son développement sur des solutions innovantes parfois très techniques, il a fait de son Centre de solutions de Pont de Sainte-Maxence, dans l'Oise, l'un des principaux outils de sa stratégie de croissance.

Le site de Pont-Sainte-Maxence dans l'Oise est l'un des Centres de solutions européens du groupe Lincoln Electric, le leader mondial du soudage. Appelé plus précisément ARC Center, comme Application Resource Center, ce lieu est également un outil essentiel de la stratégie de développement du groupe partout dans le monde, et notamment en France, son premier pays en Europe en termes d'activité.

Le rachat d'Air Liquide Welding, lui-même leader européen du soudage, a effectivement renforcé les moyens au groupe américain de Cleveland, qui réalise un chiffre d'affaires de 2,7 milliards de dollars en 2020, en croissance continue depuis 2000.

Disposant aujourd'hui d'un large portefeuille de marques historiques fortes, comme par exemple en France, Lincoln Electric, Saf-Fro, Oerlikon ou encore Weldline, de plusieurs sites de production, le groupe américain assoit son savoir-faire sur l'ensemble des solutions autour du soudage et du coupage, quel que soit le procédé, en manuel, en automatique ou encore en robotique/cobotique, sans oublier les accessoires ou encore les systèmes pour la manipulation des pièces (positionneurs, vireurs, potences, chariots automatiques…), de façon à répondre aux besoins des entreprises de toute taille et de tout secteur.

Sa force de vente multi-marques, composée d'une vingtaine de technico-commerciaux bénéficiant d'une vision complète de l'offre du groupe, base ainsi ses échanges avec les distributeurs sur le Guide Distribution, une charte qui trace les engagements de l'entreprise mais aussi de ses clients. « Nous cherchons aujourd'hui à nous appuyer sur un moins grand nombre de distributeurs mais sur des partenaires à plus forte valeur ajoutée technique et en phase avec nos valeurs » explique Simon Badiou, chef de produits Gaz, flamme, EPI et accessoires. « *Nos distributeurs doivent avoir la même logique business que nous. S'ils veulent travailler avec nous, c'est que nous leur apportons une valeur ajoutée*. »

Destiné à tous les clients en compte, le site e-commerce est conçu comme un service permettant aux partenaires de passer rapidement des commandes, d'obtenir des...

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