avril 2024

VIPros

Accueil / BBI / Organismes professionnels

OutilsdesPros.fr se connecte à VIPros

VIPros, le programme de fidélité dédié aux artisans qui regroupe 21 industriels partenaires, propose aux distributeurs de connecter leurs sites marchands directement avec sa plate-forme pour synchroniser les leviers promotionnels qu'il propose. Le site Outilsdespros.fr est le premier à utiliser cet outil inédit.

La plate-forme e-commerce OutilsdesPros.fr est désormais connectée à VIPros Connect. Cet outil permet la synchronisation des leviers promotionnels proposés par VIPros, le programme de fidélité dédié aux artisans qui regroupe vingt-et-un industriels présents dans des secteurs complémentaires de l'univers du bâtiment, avec les sites e-commerce de distributeurs spécialisés pour faciliter l'acte d'achat des artisans tout en leur faisant profiter des offres. « La distribution a aujourd'hui bien compris que l'objectif de VIPros n'était pas de détourner leurs clients. On ne vend rien. On est là pour promouvoir des produits à plus forte valeur ajoutée et finalement contribuer à dynamiser la filière » explique Hugues Lecomte, fondateur de VIPros. D'ailleurs, le mouvement s'accélère. La démarche est en cours du côté de MaxOutil.com. D'autres distributeurs ont aussi manifesté leur intérêt comme Colombié Cadet, spécialiste du négoce technique industriel en Midi-Pyrénées et Rhône Alpes, ou encore, dans un autre registre, le groupement Orcab, l'union des coopératives d'achat pour les artisans du bâtiment.

Une visibilité accrue

VIPros Connect vient ainsi mettre encore un peu plus d'huile dans les rouages. Depuis quelques semaines, les clients d'OutilsdesPros.fr retrouvent les offres VIPros (VIPoints, cashback) sur le site marchand et bénéficient d'une passerelle pour profiter plus facilement des avantages. Il suffit à l'artisan d'être membre VIPros, ou de se créer un compte au préalable, puis de relier les deux comptes dans l'espace « Mon compte » d'OutilsdesPros. S'il n'a pas encore de compte OutilsdesPros, il sélectionne le bouton « Connecter mon compte VIPros » et la synchronisation est immédiate. Toutes les informations liées à son profil sont directement renseignées. Lorsque l'artisan a réalisé son achat à partir du site OutilsdesPros, il n'a plus besoin de scanner et/ou de télécharger sa facture sur la plate-forme VIPros pour bénéficier de ses avantages car la preuve d'achat est transmise directement. Six jours plus tard, l'artisan pourra retrouver ses VIPoints ou son cashback automatiquement cumulés dans sa cagnotte. « *Pour nous, VIPros Connect est stratégique. Cela vient crédibiliser le programme en donnant une visibilité aux offres mises en place. Donc, qui dit visibilité doit engendrer, et on le voit déjà d'ailleurs, plus de trafic, plus d'inscriptions d'artisans au programme VIPros*. » Effectivement, le recrutement d'artisans prend un nouveau tournant, sachant que 15 000 entreprises sont déjà inscrites, soit près de 90 000 professionnels tout corps de métier confondu qui adhérent au Club.

Pour les marques partenaires de VIPros (Acova, Bosch, Brennenstuhl, Coverguard, Delpha, Freud, Gölz, Hansgrohe, Kärcher, Kinedo, KS Tools, Lacmé, Qwetch, Roth, Roulor, SIA Abrasives, Solidur, Viega, Viessmann, Vitra et Wirquin), c'est la certitude que leurs offres, ainsi relayées par un distributeur, seront vues et la quasi-certitude que la transformation sera au rendez-vous. Evidemment, si un produit promotionné n'est pas vendu par Outilsdespros, l'offre n'apparaîtra pas. « *C'est géré automatiquement. Il n'y a pas de forcing, par rapport au distributeur, sur les marques et les produits* ».

Un cercle vertueux

Rien n'oblige davantage l'artisan à acheter sur ce site, sauf s'il veut bénéficier des promotions en vigueur. VIPros poursuit bien entendu ses animations sur les points de vente physiques, avec par exemple des codes promotionnels spécifiques délivrés par les marques du programme et communiqués lors des opérations de télévente, par exemple, lors des journées portes ouvertes et tout évènement thématique. Si le site marchand du distributeur est relié, cela lui apportera donc une dimension supplémentaire et une facilitation pour l'artisan. « *Plus de factures remontées, c'est plus d'offres délivrées, plus de volumes de ventes. Ça va créer un cercle vertueux* » estime Hugues Lecomte. En deux ans, à périmètre égal quant aux artisans, le nombre de factures traitées par VIPros a augmenté de 60%. Dans le même temps, le panier moyen a été multiplié par quatre. « *Le même artisan, il y a deux ans, achetait quatre fois moins de produits qu'aujourd'hui* » souligne Hugues Lecomte. *« Le gros intérêt du casback, c'est qu'on ne touche pas au prix de référence. De plus, quand on annonce qu'on rembourse 50 ? ou 100 ?, c'est plus attractif souvent qu'une proposition de remise de 10%, même si ça revient au même. C'est plus visible, bien concret puisque que cela va dans les poches de l'artisan.* »

Personnalisation

VIPros travaille aussi à la gestion d'opérations locales, de façon à ce que la marque partenaire puisse à la fois proposer des actions nationales ou spécifiques à un distributeur, point de vente physique ou site marchand. « *Nous allons travailler sur des bonifications écologiques pour les produits les plus efficients d'un point de vue environnemental. Cela contribuera à sensibiliser l'artisan et à lui faciliter cette transition grâce au cashback et aux points*. »

L'objectif est de s'appuyer sur les données collectées pour mieux identifier les besoins et le cas échéant, pousser des offres complémentaires de façon donc très ciblée. « *C'est ce qui va nous permettre d'augmenter finalement le panier moyen du client final, puisqu'on va travailler sur cette relation tout au long de l'année. C'était déjà dans l'ADN de VIPros, mais en automatisant les flux et en rendant la démarche extrêmement interactive et rapide, chacun gagne du temps*. » La satisfaction est partout de mise, l'artisan parce qu'il pourra bénéficier d'une offre supplémentaire, la marque, parce qu'elle aura vendu son produit et le distributeur, parce qu'il aura des ventes additionnelles.

Par ailleurs, VIPros va prochainement donner la possibilité aux distributeurs qui le souhaitent d'avoir leur propre compte au sein du programme. « *S'ils n'ont pas eux-mêmes déjà un programme relationnel, ils pourront alors offrir des points du cashback qu'ils abonderont.* »

Les projets sont encore nombreux. D'ailleurs, pour mener à bien ses ambitions, en termes d'automatisation, de renforcement des outils marketing ou encore d'hyper-personnalisation des offres correspondant à un besoin clairement identifié, VIPros prépare une levée de fonds qui devrait être effective en fin d'année.

Agnès Richard