



NOTRE **COMPÉTENCE**

ÉTUDES

► Savoir

Ecouter son marché pour construire son plan de transformation "orienté client"



Olivier DUCROT, Directeur Marketing

BERNER France fait partie du groupe allemand BERNER, société familiale créée en 1957, présente dans 25 pays en Europe avec 55 filiales, 8500 Collaborateurs.

BERNER France est **un des leaders de la vente multicanale de produits de fixation, d'outillage et de consommables** de grande qualité au service des professionnels du bâtiment, de l'automobile et de la maintenance industrielle.

Avec plus de 100 000 Clients B to B, une gamme de 25 000 références et 46 000 m² de stockage, BERNER France a **une qualité de service supérieure à 98%** en livrant sous 24h/48 heures maximum sur toute la France, et en assurant une proximité et une réactivité grâce à une force commerciale apportant conseils et solutions.

La volonté du groupe est de « **repositionner le client au cœur de nos organisations** », d'où un plan de transformation initié depuis près de 3 ans et appelé **Acct « Agile Customer Centricity Transformation »**.



> Olivier Ducrot, Directeur Marketing nous explique :

« Mieux connaître nos marchés, pour définir nos axes de développement, notamment sur le marché du bâtiment, nous est apparu nécessaire, eu égard aux bouleversements de ces dernières années dans notre secteur. Nous devons appréhender toute évolution en cours ou à venir, et mieux comprendre les comportements des clients et prospects à travers une étude qualitative et quantitative, vaste et complète.

Le choix d'un cabinet extérieur :

Deux raisons essentielles nous ont orientés vers une externalisation de cette étude :

- 1. La capacité d'avoir des ressources en adéquation** avec le projet et **spécifiquement mobilisées** sur le sujet ; nous aurions mis plus de temps en interne.
- 2. L'objectivité** des retours, qui devait être assurée **par un acteur majeur dans le domaine des études et dans la connaissance du bâtiment, afin d'apporter expertise et caution** : d'où le choix de COHESIUM.

Comment avez-vous connu COHESIUM ?

Un concours de circonstances : par l'intermédiaire de notre DRH - Cyrille Trollion, en contact avec la Fédération CGI, ... via le réseau en fait. 4 agences ont été alors sollicitées dont COHESIUM, à partir d'un briefing précis et une demande plutôt large. **Avec une matrice de décision, nous avons pu comparer la qualité et la réactivité des**

réponses, la connaissance de l'univers du bâtiment, la méthodologie proposée, les délais et les tarifs. COHESIUM remplissait l'ensemble de ses critères sur un axe médian avec un plus dans **la manière et la capacité d'interroger bon nombre de nos clients et prospects. La relation initiée et la compréhension des enjeux, présentées par Etienne ROUSSEL, entouré de son équipe**, a fait également partie de la décision par un fait marquant : « **Nous nous sommes très vite compris, avec de grandes complémentarités** ».



S'est alors mis en place un **vrai travail de collaboration entre les équipes BERNER et celles de COHESIUM** amenant qualité, pertinence et envie de part et d'autre de partager, d'échanger, de bien valider chaque étape de la méthodologie et d'être ainsi confortés en tant que client et de préciser les orientations au fur et mesure des avancées de l'étude. Grâce à la présence de COHESIUM, des réunions de travail régulières avec un fil conducteur ont permis aussi de structurer les différentes étapes de l'étude, de s'alimenter, de se débriefer les uns les autres, apportant plus de sens, plus de

poids, moins de remises en question lors de certaines grandes vérités issues de cette large et volumineuse étude.

Et après...

COHESIUM nous a fourni une restitution dont la teneur et la tonalité sont de **très bonne facture avec une reconnaissance mutuelle et des mises en commun de la compétence des uns et des autres**. Par ailleurs, Etienne ROUSSEL a animé une journée de séminaire pour porter aussi un autre regard sur la restitution, pour faire réagir, trouver d'autres axes de développement à l'aide d'une **analyse SWOT**, et d'une réflexion sur **les orientations fortes à engager dans l'objectif d'une nouvelle stratégie de développement**.

En conclusion, l'écoute de notre marché et de nos clients nous a été bénéfique, en étant moins centrés sur nous-mêmes. Avec l'intervention de l'équipe COHESIUM, Etienne ROUSSEL, Stanko SVILAR et Yann MARIN, des résultats et des pistes exploitables, des plans d'actions et des opportunités, partagés par tous, permettent de **nous inscrire sur les nouveaux enjeux** que propose notre marché et de continuer à rester compétitif.

L'équipe COHESIUM saurait être partie prenante des nouvelles pages à écrire, selon les priorités de notre Vice-Président et du Comité de Direction à savoir : l'omni-canal, la transformation des organisations, un renforcement des compétences des commerciaux-terrain, un meilleur maillage, une qualité de services, et enfin **l'accélération du virage vers la digitalisation.** »