

RIGHINI

Philippe Righini, *Président*

Située entre Bordeaux et Toulouse, RIGHINI est, depuis 50 ans, une entreprise familiale 100% française, de 180 salariés, qui conçoit, fabrique et commercialise des portes et blocs portes intérieurs. Ces produits doivent répondre à des critères d'isolation visuelle, acoustique et thermique, ou encore à des besoins plus spécifiques comme la sécurité ou la stabilité sans oublier les critères esthétiques. La protection de l'environnement et le développement durable sont au centre de l'éthique de RIGHINI.

COHESIUM est intervenu auprès de RIGHINI pour effectuer une enquête sur les attentes clients, notamment en ce qui concerne le niveau de satisfaction relatif aux délais. C'était également l'occasion d'avoir une idée plus précise de la perception de RIGHINI par ses clients.



> Philippe Righini, *Président a bien voulu nous confier :*

« Notre choix s'est porté sur COHESIUM pour cette mission, car leur connaissance du secteur était un élément déterminant : pas besoin avec eux de leur expliquer le marché ! Le contact a été très bon, autant avec Etienne Roussel qu'avec l'équipe des Enquêteurs. Il est très agréable de travailler sans devoir expliquer comment les Groupes de négoce fonctionnent. (Les clients de RIGHINI sont à 93% des Distributeurs généralistes ou spécialistes et pour 7% des Grands Utilisateurs industriels.) Leur connaissance du milieu a permis aux Consultants de COHESIUM d'être force de propositions sur le contenu des questionnaires et les typologies de Clients à interroger. De plus ils ont pris soin d'effectuer préalablement des tests pour faire évoluer et affiner les questionnaires de manière à coller au plus près aux attentes des clients.

Les entretiens ont eu ensuite lieu pour partie au téléphone, pour partie en face à face, et c'est l'équipe de COHESIUM qui a pu s'en charger elle-même justement grâce à sa connaissance de ce type de négoce.

La performance majeure de COHESIUM ?

Les résultats des entretiens en face à face avec l'expression des attentes des Clients, auxquels étaient joints les commentaires écrits des Enquêteurs de COHESIUM, interprétant, précisant et ciblant, grâce à leur expérience, les besoins et les souhaits des Clients.

La véritable valeur ajoutée de COHESIUM dans cette enquête a donc été leur grande connaissance et maîtrise du milieu du négoce et de la clientèle concernée.

La réussite de cette mission a été de nous permettre de quantifier un certain nombre d'attentes que nous ressentions, car le ressenti ou l'intuition est une chose, la vérification en est une autre !

Les résultats de cette enquête menée par COHESIUM nous ont permis de mettre en place un plan d'action pour mieux répondre aux attentes de nos clients. »

