

# LES 5 ENGAGEMENTS PROLIANS

**NOS ENGAGEMENTS AU SERVICE  
DE LA PERFORMANCE DE NOS CLIENTS**

DOCUMENT INTERNE



**PROLIANS**

LE PARTENAIRE DES MÉTIERS  
DE LA CONSTRUCTION

**ENSEMBLE,**  
CHEZ LE CLIENT,  
**EN MAGASIN,**  
AU TÉLÉPHONE,  
**SUR INTERNET**

...

INCARNONS LA  
**PROMESSE CLIENT**  
ET SOYONS ACTEURS DE  
**LEUR SATISFACTION**  
AU QUOTIDIEN !



# 1



## PROXIMITÉ HUMAINE ET GÉOGRAPHIQUE

- Nous vous accueillons dans nos **300 points de vente**, au plus près de vos chantiers et de vos ateliers.
- Nos **8 000 collaborateurs** sont à vos côtés et vous accompagnent au quotidien



Document interne

## JE SUIS ACCOMPAGNÉ PAR MON COMMERCIAL



### BÉNÉFICES CLIENT

- Gain de temps grâce aux multiples possibilités d'interactions avec nous (CI, CS, VM...)
- De nombreux magasins, au plus près des chantiers de nos clients
- Des interlocuteurs de confiance et compétents pour conseiller et accompagner au mieux nos clients



### CHIFFRES CLÉS



de satisfaction client sur la qualité relationnelle de nos commerciaux



Près de **300** points de vente en France (1 magasin tous les 40 km)



satisfaction sur la fréquence de visite des CI



**8 000** collaborateurs en France (force de vente)



des appels répondus en moins de 30 secondes

\*source baromètre de satisfaction réalisé auprès de 3200 clients PROLIANS en novembre 2022



## CONTRIBUTEURS DE LA RÉUSSITE

- Managers de la force de vente
- Force de vente (CI + CS + CT + VM + BDD)
- Equipe magasin au sens large (hôtesse d'accueil, réceptionniste, préparateur...)



## INDICATEURS DE RÉUSSITE

- Résultats du baromètre satisfaction (filiale/agence)
- Nombre d'appels entrants + % appels perdus
- Nombre de visites CI
- Fréquentation magasin



## SUPPORTS / OUTILS ASSOCIÉS

- Dépliant personnalisable "contacts agence" (via combox)



## MOYENS / PRÉREQUIS

- Avoir les ressources humaines nécessaires sur tous les postes
- Avoir l'implantation magasin adéquate et taille magasin adaptée
  - > Étude marché/zone chalandise possible
- Nombre de visites adéquates des CI pour le suivi des clients à potentiel



## RÉPONSES AUX OBJECTIONS

« ... Au quotidien ? Ca semble exagéré »

› Entre le binôme CI/CS et les VM, il y a tout le temps une personne disponible pour répondre au client

« Le client n'a pas de compte ouvert dans toutes les filiales »

› Le client est facturé par son agence mais peut se servir partout en France

« Le client n'a pas toujours le même interlocuteur » (444)

› Le plus important est d'avoir une réponse au besoin du client

« Comment je fais avec mes clients qui ont des chantiers à l'étranger ? »

› Notre réseau s'étend partout en Europe (Italie, Espagne, Allemagne, Pays-bas...)

# 2



## COMPÉTITIVITÉ ET LARGEUR DE GAMME

- Nous vous offrons l'accès à plus de **2 millions** de références dont **60 000 stockées** sur nos plateformes logistiques et **10 000** en magasin<sup>(2)</sup>



## J'AI UN BESOIN



### BÉNÉFICES CLIENT

- 1 fournisseur unique qui couvre l'ensemble des métiers de nos clients partout en France (un magasin tous les 40 km)
- Gain de temps dans ses achats : stock important et peu de ruptures, délai de livraison rapide
- Gain de productivité pour le client
- Homogénéité de notre offre dans nos 300 magasins en France et sur le site prolians.fr



### CHIFFRES CLÉS



de satisfaction clients  
sur l'étendue de la  
gamme de produits



de satisfaction clients  
sur la qualité de nos  
produits



Jusqu'à **10 000**  
références\* en magasin  
(suivant si PSO1 ou PSO2)



**700** partenaires  
fabricants (marques leaders  
+ marques exclusives)

\* dans les points de vente d'une surface de plus de 700m<sup>2</sup>



## CONTRIBUTEURS DE LA RÉUSSITE

- Managers de la force de vente
- Force de vente
- Supply Chain



## SUPPORTS / OUTILS ASSOCIÉS

- Flyer personnalisable mis à disposition des CDVM
- Catalogue général + supports divers
- Site [prolians.fr](http://prolians.fr)



## INDICATEURS DE RÉUSSITE

- Baromètre de satisfaction
- Mesure quotidienne des ventes (CA, nombre de clients/ commandes, panier moyen/ PSO...)
- Taux d'adossement plateforme
- Taux de service et taux de rupture
- Nombre de mois de stock



## MOYENS / PRÉREQUIS

- Puissance du groupe et notamment nombre et performance de nos plateformes
- Des collaborateurs qui connaissent et savent présenter l'étendue de la gamme des produits proposés par l'enseigne, et notamment nos marques propres : OPSIAL pour les équipements de protection individuelle et XHANDER pour les produits de la construction



## RÉPONSES AUX OBJECTIONS

« 60 000 références, ça ne veut rien dire. Un boulon, c'est déjà une référence »

➤ Ce chiffre c'est 12 univers produits qui couvrent l'ensemble des besoins des métiers de nos clients : acier, quincaillerie de bâtiment, boulonnerie-visserie, consommables, outillage, EPI, équipements d'atelier et de chantier, plomberie-chauffage-sanitaire, électroportatif, aménagements extérieurs, électricité

« 10 000 stockées en magasins ? Ça dépend de la taille de l'agence ! »

➤ Le PSO s'adapte à la taille de l'agence et les références manquantes sont disponibles sur plateforme

« Nous sommes régulièrement en rupture de stock »

➤ La composition de notre offre permet de proposer un produit de remplacement si nécessaire et sinon la possibilité d'être livré sous 48h

« Les clients veulent toujours le mouton à 5 pattes »

➤ Au-delà de nos 60 000 références disponibles, nous avons accès à plus d'2 millions de références chez nos partenaires fabricants (procurage)

# 3



## DISPONIBILITÉ DES PRODUITS

- Nous nous engageons à vous livrer sous **48h** nos **60 000 produits** en stock



Documentaliste

## JE REÇOIS MA COMMANDE



### BÉNÉFICES CLIENT

- Le délai proposé est court, le client est rassuré et peut donc gérer son temps et planifier ses chantiers plus facilement
- Accès à une large gamme de produits facilement/rapidement
- Améliore la trésorerie du client (pas de stockage inutile)
- Cette information permet au client de donner de la visibilité à son propre client



### CHIFFRES CLÉS



de satisfaction client  
sur le respect des  
délais de livraison



**8 000** expéditions  
par jour (hors aciers/BTP)



de livraisons  
effectuées en 1 jour  
(97% en 2 jours)



**9** plateformes  
logistiques en France



## CONTRIBUTEURS DE LA RÉUSSITE

- Managers de la force de vente (CDV)
- Force de vente (CI, CS, CT, VM)
- Supply chain
- Logistique agence (prépa/expé)
- Transporteurs



## INDICATEURS DE RÉUSSITE

- Baromètre de satisfaction client
- Délai de livraison assuré par PF + agence (depuis la saisie)
- Nombre de réclamations niveau agence
- Progression lignes/CA livraison depuis la plateforme
- % de rupture/commande en attente
- % de livraisons complètes en 1 jour/2 jours et +



## SUPPORTS / OUTILS ASSOCIÉS

- Suivi de commande/tracking sur le site internet
- Fiche règle de gestion des livraisons (+/- 30 kg, hors gabarit...)
- *Projet en cours relatif au suivi de commandes, et alertes envoyées au client en cas de retard par exemple\**



## MOYENS / PRÉREQUIS

- Niveau de service optimal atteint par les plateformes
- Nombre de camions suffisant en agence

*\* Projet en cours, à l'étude ou à adresser*



## RÉPONSES AUX OBJECTIONS

« Je ne veux pas m'engager auprès de mon client alors que je sais qu'il y a pleins de problèmes avec les plateformes »

« Nous gérons mal les reliquats »

« La multiplication des livraisons, c'est pas très RSE »

« Le client a besoin de solutions d'urgence en cas d'imprévu »

« Il y a souvent des retards de livraisons ou des commandes annulées sans que le client ne soit au courant »

➤ Sauf exception (zone blanche ou hors gabarit par ex.), la livraison est assurée en 48 heures

➤ Le sujet est identifié et pris en compte par les équipes supply

➤ Nous optimisons nos process pour privilégier la livraison 'commande complète'

➤ Nous pouvons proposer le C&C ou venir dépanner directement le client si besoin

➤ Il est indispensable d'être le plus proactif possible avec le client, surtout tant que les alertes ne sont pas générées automatiquement > tracking colis disponible sur le compte e-commerce du client et sur MROD + impression des « commandes annulées PF » sur l'imprimante du plateau commercial

# 3 BIS



## DISPONIBILITÉ DES PRODUITS

- Nous nous engageons à mettre à disposition votre commande sous **2h** en magasin grâce au **Click & Collect** <sup>(3)</sup>



Document interne

## JE REÇOIS MA COMMANDE



### BÉNÉFICES CLIENT

- Rapidité d'enlèvement, pas d'attente
- Facilité et fluidité pour passer commande (« tranquillement » depuis chez lui ou par téléphone)
- Lisibilité directe de la disponibilité produit
- Pas de frais de livraison
- Peut comparer, se renseigner avant de passer au magasin
- Peut commander en dehors des horaires d'ouverture
- Un maillage territorial important de nos magasins (p/concurrence) qui optimise d'autant plus l'intérêt de ce service



### CHIFFRES CLÉS



de satisfaction client sur le respect des délais annoncés pour le C&C



de satisfaction client sur le temps d'attente pour récupérer leur commande au comptoir C&C



## CONTRIBUTEURS DE LA RÉUSSITE

- Managers de la force de vente
- Force de vente
- BDD
- Préparateur du C&C



## INDICATEURS DE RÉUSSITE

- Baromètre de satisfaction
- Indicateur Synergie – CA + taux d'emporté
- Taux de service (temps de préparation) C&C 2h



## MOYENS / PRÉREQUIS

- Accès privilégié en point de vente (mais pas isolé)
- Gestion des stocks rigoureuse et régulière
- Adressage magasin et réserve pour bonne préparation
- De la place pour les colis C&C
- Préparateur affûté pour bien préparer, rappeler si soucis ou faire substitution
- Equipe magasin bien calibrée pour préparer à temps et servir les autres clients
- Magasin attractif pour vente additionnelle



## SUPPORTS / OUTILS ASSOCIÉS

- Affichage du C&C sur le bon MROD
- *Application mobile\**
- *A mettre en place, emailing/ communication aux clients qui font de l'emporté \**

*\* Projet en cours, à l'étude ou à adresser*



## RÉPONSES AUX OBJECTIONS

« Il y a souvent une mauvaise fiabilité du Kardex »

« Les VM ne sont pas objectivés sur le C&C »

« Il n'y a pas de vente additionnelle quand le comptoir est en dehors du magasin »

« Pourquoi faire du C&C alors qu'on le faisait déjà avant avec la mise à dispo' ? »

« Il y a souvent des risques de doublon de commande »

« Je ne veux pas en faire, le client vient jamais chercher son matériel »

« Je sers d'abord le client devant moi en magasin, le C&C attend... »

« + de préparation magasin »

« Le client n'en a pas besoin »

« Il n'y a plus assez de stock après pour nos clients en magasin ! »

➤ Inventaires tournants à effectuer régulièrement + Prévenir le client en cas d'indisponibilité et proposer un produit de substitution

➤ Ce service répond à un besoin du client qui sera incité à revenir acheter en magasin (25% des clients qui viennent chercher leur C&C, achète aussi en magasin/emporté)

➤ Dans ce cas de figure, le client fait appel à un service où il veut avant tout faire vite, et l'essentiel est donc de répondre à cette attente + donner l'habitude au VM du comptoir C&C de demander au client s'il a d'autres besoins

➤ Le process du C&C est automatisé et simplifie la démarche (SMS client notamment quand la commande est prête)

➤ Penser à vérifier les 'mise à dispo' en cours et les alertes lors de la saisie

➤ 2 relances sont faites au client pour l'avertir de la disponibilité de son matériel en magasin

➤ Il y a assez de temps pour finir avec le client 'en cours' et préparer la commande C&C sous 2h (promesse tenue)

➤ Le C&C permet de prioriser sa préparation

➤ C'est un service dont le client dispose et qu'il utilise seulement s'il le souhaite

➤ Le C&C rentre dans les moyennes de vente

# 4



## EXPERTISE MÉTIERS

- Nos **équipes d'experts** connaissent les **spécificités de vos métiers** et vous **conseillent les produits et services les plus adaptés**



## JE SUIS ACCOMPAGNÉ PAR MON COMMERCIALE



### BÉNÉFICES CLIENT

- Des interlocuteurs de confiance et compétents pour conseiller et accompagner au mieux nos clients
- Savoir-faire de A à Z sur certaines expertises spécifiques, de la demande client jusqu'au contrat de maintenance ou voire même de la formation des clients utilisateurs (ex. avec l'air comprimé, les EPI...)



### CHIFFRES CLÉS



de clients satisfaits de l'expertise technique de nos équipes commerciales



Expertise dans  
**+ de 200**  
métiers différents



**2 000** collaborateurs  
formés par an.  
(45 000h de formations)



**450 000**  
professionnels  
accompagnés



## CONTRIBUTEURS DE LA RÉUSSITE

- Force de vente (TCI, CI, VM, CS, CT)
- Managers de la force de vente
- Techniciens SAT/SAV/Services



## INDICATEURS DE RÉUSSITE

- Baromètre de satisfaction
- Doit favoriser l'évolution ancrage client
- Doit favoriser l'évolution mix produit
- Evolution facturation  
« prestations de services »



## SUPPORTS / OUTILS ASSOCIÉS

- Parcours de formation + Fiches découverte « Tech'up »
- Formations/Démonstrations fournisseurs partenaires (équipe + clients)
- Tournée duo (CI/fournisseur)
- Nouveau catalogue PROLIANS
- *Renforcer notre communication sur notre expertise/offre de services \**
- *Projet dédié à la montée en compétence des VM\**



## MOYENS / PRÉREQUIS

- Parcours de formation validé
- Parcours d'intégration « digne de ce nom » et respecté
- Veiller à recruter des profils avec une forte appétence technique (au-delà de la vente/compétence commerciale)
- Faire évoluer notre discours (découverte client) pour détecter les besoins futurs et développer la vente de nos services et accompagnement technique

\* Projet en cours, à l'étude ou à adresser



## RÉPONSES AUX OBJECTIONS

« Untel n'a pas la compétence technique »

› Programme de formation en cours ou à faire évoluer

› Équipe TCI qui peut venir en renfort

› Les partenaires fabricants peuvent nous accompagner/conseiller

« On ne retrouve pas la même compétence technique dans tous les points de vente »

› Faire jouer la Synergie des points de vente

› Consulter le store locator pour connaître les agences avec la compétence recherchée (ou service)



## SOLUTIONS DE PERFORMANCE

- ▣ Nous vous proposons des **services qui facilitent votre activité** et vous permettent de **gagner en efficacité**



## J'AI UN BESOIN



### BÉNÉFICES CLIENT

- Être au plus proche de son besoin (valeur ajoutée p/à l'achat du produit lui-même)
- Personnalisation de l'offre à ses attentes
- Pas d'obligation d'achat (optionnel), seulement s'il en a besoin



### CHIFFRES CLÉS



de nos clients sont satisfaits des services proposés au sein de nos parcs extérieurs (produits métallurgiques, TP...)



Nombre et liste des services détaillés proposés au sein de l'agence (vs nombre de services totaux dans le réseau : cf. liste disponible sur l'outil Yext/Store locator)



## CONTRIBUTEURS DE LA RÉUSSITE

- Force de vente (CS, CI, CT, VM)
- Managers CDV
- Communication siège (supports promo, catalogue, site web, réseaux sociaux...)



## INDICATEURS DE RÉUSSITE

- Nombre de points de vente qui propose le service
- CA des services facturés (à part MyPack qui est codagué, c'est en éléments divers de facturation)
- Evolution du nombre de clients actifs utilisant les services (non mesurable aujourd'hui sauf MyPack)



## SUPPORTS / OUTILS ASSOCIÉS

- Plaque « Services » PROLIANS
- Web TV interne
- *Codag/Libellé spécifique par service, Applicatif QlickView, Sharepoint, Communauté de « référents services » (niveau filiale/zone) ...\**



## MOYENS / PRÉREQUIS

- Formation des vendeurs sur les services et leurs intérêts
- Connaître/lister l'offre de services existantes (et inexistantes) dans chaque point de vente
- Connaître le process de mise en place de chaque service (qui, quoi, comment ?)

*\* Projet en cours, à l'étude ou à adresser*



## RÉPONSES AUX OBJECTIONS

« Je vois pas trop quel service on propose à part.... »

« Encore un truc en + à vendre ! »

« Chez nous, on ne propose pas ce service »

« On n'a pas d'interlocuteur sur certains produits un peu technique de notre marque propre (poste à souder ou laser, par exemple)

➤ PROLIANS propose une large gamme de services dans les domaines logistique (distributeur automatique connecté, C&C 2h...), technique (SAV, centre clés...), financement (LOA, myPack...) et pour la sécurité (EPI sur-mesure, paquetage...)

➤ Seulement si le client en a besoin

➤ Si c'est un frein à la vente, on peut voir de quelle façon répondre à son besoin autrement que par ce service, ou voir s'il est proposé dans un point de vente voisin

➤ Comme nous ne disposons pas de la ressource dédiée aujourd'hui, tenir une liste des maîtrisants sur ce type de produits