juillet 2014

Distriartisan

Accueil / BATIDISTRIBUTION / Distribution / Internet

Distriartisan.fr fusionne ses sites

Distributeur sur internet d'outillage à destination des professionnels, l'entreprise Distriartisan vient de regrouper ses sites Districouverture.fr et Distriplomberie.fr autour d'un seul site internet. Cette fusion doit permettre à l'entreprise de mieux répondre aux besoins des artisans du bâtiment mais aussi de s'ouvrir à de nouveaux métiers tout en touchant une nouvelle catégorie d'acheteurs.

Présent sur le marché de la distribution professionnelle depuis fin 2010 à travers ses sites Distriplomberie.fr et Districouverture.fr, la société Distriartisan vient de regrouper l'intégralité de son offre, à savoir plus de 25 000 références, autour d'un seul site marchand : Distriartisan.fr. Pour Olivier Grangeret, directeur de Distriartisan, « cette fusion des deux sites permet de ne proposer qu'une seule interface afin que la navigation soit plus fluide et que nous répondions mieux aux nouvelles attentes de nos clients. Ainsi, si au départ la présence de deux sites distincts permettait de spécialiser notre offre et de répondre aux demandes d'artisans issus de corps d'état parfaitement ciblés, cela représentait de plus en plus, compte-tenu des évolutions du e-commerce, un frein à notre développement. De plus, si les fournisseurs référencés sur l'un et l'autre site étaient sensiblement différents, nous avions des doublons susceptibles d'engendrer des problèmes de recherche, de référencement ou de maintenance des sites ». Outre cette simplification de l'offre, la fusion des deux sites marchands permet à Distriartisan de répondre davantage aux mobinautes, entendons les artisans qui passent commandes via leur smartphones et tablettes et qui ont besoin d'une prise de commande toujours plus rapide. Les volumes d'achats réalisés par cette catégorie de client ne cessent de progresser puisque 15% du trafic réalisé par Distriartisan émane de smartphones ou tablettes.

S'ouvrir à de nouveaux métiers

Malgré cette refonte, le site conserve une forte spécialisation charpente-couverture-zinguerie-plomberie-sanitaire chauffage. Toutefois, Distriartisan envisage d'élargir progressivement son plan de référencement à de nouvelles familles de produits. « Si la motivation première de la refonte de distriartisan.fr est de développer le cross-selling jusque-là quasi inexistant entre nos deux

anciennes boutiques, notre objectif est également de lancer le commerce en ligne BtoB sur d'autres métiers du BTP. Aujourd'hui, nous sommes en phase de test avec l'intégration d'une gamme d'outillage à main pour plaquistes et menuisiers ainsi que de vêtements professionnels pour tous les acteurs du bâtiment ». L'entreprise vient en effet de référencer une soixantaine de produits plaquistes Edma et prévoit d'intégrer courant juillet plus de 8 000 références de la marque Blakläder. « Cette marque reconnue pour la qualité de ses produits possède une force marketing adaptée au
e-commerce qui nous permet de relayer facilement l'intégralité de leur catalogue dont une partie en stock permanent pour que nos clients puissent facilement atteindre les francos de port, le reste étant disponible dans des délais de livraison ne dépassant pas dix jours ». A noter que les gammes déjà commercialisées par Distriartisan vont également s'étoffer avec l'arrivée de produits d'isolation, d'étanchéité et de sortie de toit issus de marques reconnues comme Soprema, Siplast, Poujoulat ou encore Actis.

Miser sur l’humain

Bien que Distriartisan ait multiplié son chiffre d’affaires par deux, l’entreprise souhaite conserver une image de e-commerçant à taille humaine et proche de ses clients. Pour cela, le distributeur n’a cessé d’embaucher en CDI pour aujourd’hui compter huit collaborateurs contre deux seulement en 2012. Le service client s’est ainsi particulièrement étoffé pour s’adapter au trafic croissant du site et donc accompagner du mieux possible les clients jusqu’à leur validation de commande. Le service marketing s’est également agrandi pour compter désormais quatre collaborateurs chargés de capter et d'amener un maximum d’artisans vers le site mais aussi de réaliser les fiches techniques et les vidéos en partenariat avec les fournisseurs.

Ces équipes, ajoutées à des délais de livraison courts (60% du plan de vente est disponible en 24/48 heures) et à l’essor du e-commerce en France, permettent à Distriartisan de se montrer particulièrement ambitieux, l’entreprise prévoyant d’ici trois ans la constitution d’une équipe de quinze personnes tournées vers le service et la multiplication par trois de son chiffre d’affaires.

ND