

Point.P

[Accueil](#) / [BATIDISTRIBUTION](#) / [Distribution](#)

Point.P renforce sa stratégie multicanal



Leader de la distribution de matériaux de

construction, le Groupe Point.P s'inscrit résolument dans son époque. A travers ses 11 enseignes principales, il relève les défis du monde actuel et participe à construire un avenir responsable en menant de nombreuses actions : amélioration de sa logistique, accélération de sa démarche éco-responsable, renforcement de sa stratégie multicanal avec le lancement d'Outiz, sa 11ème enseigne principale. Ces initiatives permettent aujourd'hui au Groupe d'améliorer ses performances et sa qualité de service au client dans le respect de ses valeurs.

Numéro un sur le marché de la distribution de matériaux de construction, le groupe Point.P a réalisé en 2013 un chiffre d'affaires supérieur à sept milliards d'euros. Ce résultat probant est le fruit d'une stratégie globale mise en place pour l'ensemble des dix enseignes, « un travail de fond effectué depuis plusieurs années qui a permis à nos 2 200 points de vente de renforcer leur position sur leur propre zone commerciale », explique Patrice Richard, président du directoire du groupe. « L'une de nos principales forces est de nous appuyer sur un réseau d'agences de petites tailles qui dépassent rarement les dix salariés. Nos 24 000 collaborateurs peuvent ainsi entretenir un lien de proximité important avec notre clientèle qui regroupe 80% de professionnels pour 200 000 comptes client. Nous cherchons avant tout à bien faire les petites choses », précise le dirigeant.

La logistique, une priorité

Pour poursuivre cette politique du renforcement du service client, le groupe Point.P compte sur la logistique, une de ses priorités depuis 2006 et la mise en place d'une stratégie de développement visant à répondre à un besoin de réactivité et de disponibilité des produits. Aujourd'hui, le dispositif logistique dédié aux matériaux de construction pour l'ensemble du territoire comprend trois bases situées à Brie-Comte-Robert (77), Clésud-Miramas (13) et Saint-Aignan (44) soit une surface de stockage totale de 100 000 mètres carrés. Ces plates-formes distribuent les matériaux à des agences stockistes installées en périphérie des grandes villes mais aussi à des points de vente situés en ville pour la vente à l'emporté. Actuellement, le taux de disponibilité des matériaux est de 98% et les délais de livraison sont clairement mentionnés dans les différents catalogues du groupe (une soixantaine au total avec une réponse logistique propre aux agences d'une même zone commerciale).

A noter que pour garantir le respect de ses délais de livraison, le groupe s'engage désormais à

respecter le créneau de livraison à deux heures près sous peine de remboursement total de la commande et à prévenir par SMS le bénéficiaire de la commande de l'heure de livraison. Très efficace pour l'offre en matériaux, outillages, carrelages et menuiseries, ce dispositif logistique s'étend à présent à l'univers du sanitaire-chauffage avec l'ouverture, à horizon 2015, de sept Stocks Agences Clients (STAC) à Aton (55), Brie-Comte-Robert (77), Derval (44), Fuveau (13), Hénin-Beaumont (62), Satolas (69) et Toulouse (31). A terme l'objectif est de garantir 6 000 références livrées à J 0 et 15 000 références à J+1.

« Ressource », pour un avenir durable

En marge de sa politique logistique, le groupe Point.P s'est engagé depuis de nombreuses années dans une démarche éco-responsable qui vise notamment à réduire son impact environnemental et à aider ses clients à devenir des référents de l'habitat durable. Cet engagement se traduit par de nombreuses initiatives regroupées sous l'appellation « Ressource » et effectuées avec les pouvoirs publics comme la signature de la Charte en faveur d'une logistique urbaine durable de la mairie de Paris visant un transport 100% propre d'ici 2017 ; la participation du groupe dans les plans « Climat Energie » de Paris et du Grand Lyon dont l'objectif est de maîtriser les consommations énergétiques et la réduction des émissions de gaz à effet de serre. « Ressource » concerne également les points de vente qui tiennent désormais compte de leur impact sur la communauté et s'insèrent au mieux dans les paysages urbains et ruraux. De plus, des agences nouvelles générations ont ouvert leurs portes comme la Plateforme du bâtiment d'Aubervilliers qui est certifiée HQE. D'autres projets sont en cours comme la nouvelle implantation à Bordeaux-Brazza (un éco-quartier mixant habitations et lieux d'activité économique avec espace dédié à la distribution bâtiment) et la Halle de Pantin (réhabilitation d'une friche industrielle regroupant plusieurs agences et un pôle services aux clients, dont l'ouverture est prévue en 2015).

Le groupe souhaite également améliorer la performance énergétique des points de vente existants et a récemment lancé un diagnostic de son patrimoine dont les résultats seront connus fin 2014. En parallèle, Point.P vient de signer une convention avec le Muséum National d'histoire naturelle pour assurer le réaménagement et le suivi de ses espaces verts et mieux contribuer à la biodiversité.

Le deuxième axe de la démarche « Ressource » est d'aider les clients à devenir des référents de l'habitat durable et de l'efficacité énergétique. Pour cela, le groupe souhaite faciliter l'accès à l'information via notamment les Comptoirs Efficacité Energétique qui ont été créés dans plusieurs agences des enseignes Point.P Matériaux de Construction (120 comptoirs seront ouverts à terme) et Cedeo, cette dernière bénéficiant du premier réseau d'agences « Eco efficacité énergétique » avec 42 espaces dédiés partout en France. Pour renforcer le savoir-faire des entreprises artisanales du bâtiment en matière d'efficacité énergétique et les préparer à la mise en place au 1er juillet 2014 de l'éco-conditionnalité, Point.P Matériaux de Construction organise, dans ses agences, des formations FEEBat. Un partenariat avec la Capeb a également été signé pour informer, promouvoir et accompagner les artisans vers l'obtention de la qualification RGE. L'objectif est de former chaque année à l'efficacité énergétique 5 000 entreprises clientes de l'enseigne. A noter qu'une hotline sera prochainement mise place par l'enseigne pour accompagner les professionnels dans leurs démarches administratives et de certification.

Par ailleurs, en plus des initiatives « Ressource », le groupe a initié en 2012 la démarche éco-transport Evoluvert qui concerne toutes ses enseignes et ambitionne d'optimiser l'ensemble des flux de transport depuis l'approvisionnement jusqu'à la livraison. L'objectif est d'économiser 25 000 tonnes de CO2 d'ici 2017, soit l'équivalent de 45 000 camions en moins sur les routes.

Nouveau site internet pour Point.P matériaux de construction

Pour aider davantage le client professionnel dans sa recherche de performance et le particulier pour la réalisation de ses projets, le groupe déploie déjà de nombreux outils digitaux comme des outils 3D (Décocéram pour visualiser les projets d'aménagement), des applications pour smartphones (Dispart qui accompagne les clients en compte dans leurs dépannages et achats de pièces détachées) ou encore plusieurs sites Internet. Mise en ligne depuis le mois de février, la dernière version du site Point.P Matériaux de Construction permet toujours au client de visualiser l'offre et la disponibilité des produits mais aussi de prendre connaissance de ses propres tarifs et de passer commande 7 jours sur 7, 24 heures sur 24 avec livraison le lendemain pour toute commande passée avant 16 heures. Il est complété par de nombreux conseils qui aident les professionnels au quotidien, depuis le choix des matériaux jusqu'à la mise en oeuvre du chantier : vidéos pédagogiques (A comme Attestation Bbio, R comme Résistance thermique...), des fiches pratiques (isolation des combles aménagés, étanchéité à l'air...), des outils en ligne (simulateur de terrasse, simulateur de carrelage...). Bien entendu, les clients retrouvent aussi l'ensemble des catalogues de l'enseigne (décoration, outillage, menuiserie...) qui sont consultables et téléchargeables depuis le site.

Outiz, nouvelle enseigne digitale

Le groupe Point.P souhaite enfin développer sa stratégie multicanal et a entrepris une large réflexion, enseigne par enseigne, pour analyser les opportunités et les actions à mener, un travail qui a déjà débouché sur le lancement du Drive à la Plateforme du Bâtiment et la mise en ligne du site e-commerce de pièces détachées Dispart. Aujourd'hui, le groupe va plus loin et lance Outiz, sa onzième enseigne présentée comme « le distributeur nouvelle génération de matériels et d'outillages de construction ». Destiné aussi bien aux clients professionnels qu'aux particuliers, il concerne un référencement transversal aux enseignes du groupe avec des produits d'électricité, de plomberie/chauffage, de fixation/chimie, d'outillage électrique...

Concrètement, cette enseigne se présente sous la forme d'un site de commerce en ligne, www.outiz.fr, qui ne commercialise que des marques professionnelles. Alliant simplicité, rapidité et efficacité, Outiz référence 20 000 produits proposés au meilleur prix avec une visualisation des stocks en temps réel et une livraison gratuite en 24 ou 48 heures.

« Full service », il offre de nombreux avantages comme la description technique des produits, des films de démonstration, des stocks maîtrisés par une plate-forme logistique nationale, la qualité de grandes marques... De plus, un centre de relation clients avec des collaborateurs formés et qualifiés répond à toutes les questions techniques et une force de vente terrain, dédiée aux professionnels, va progressivement être déployée même si elle va se concentrer dans un premier temps sur la région parisienne. Très rapidement, des comptoirs de vente et d'enlèvement seront installés dans les points de vente des différentes enseignes du groupe.