

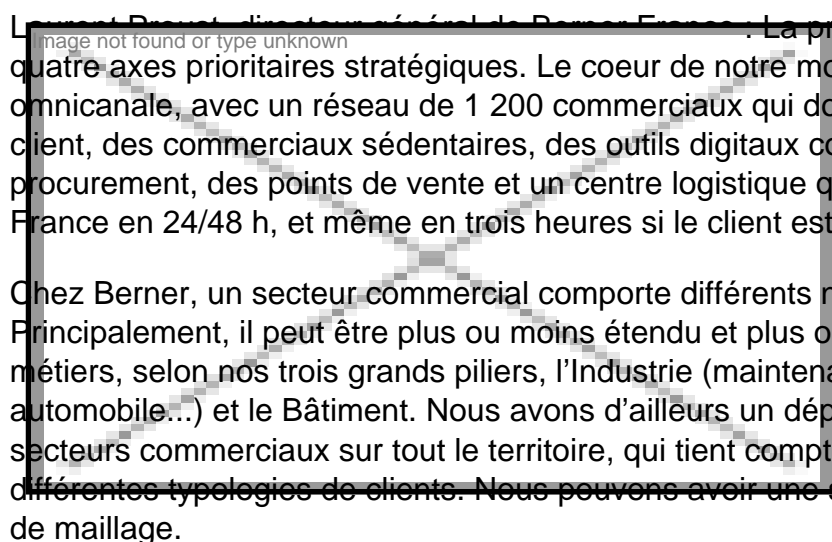
Berner France

[Accueil](#) / [BBI](#) / [Distribution](#) / [Berner](#)

Densifier notre maillage selon les potentiels

Affichant un modèle omnicanal et positionné sur trois grands métiers, la Maintenance industrielle, le Bâtiment et la Mobilité, Berner France travaille à densifier son maillage commercial, à travers de nouveaux outils. Ces derniers doivent lui permettre, en fonction du potentiel du secteur, de mieux accompagner les clients en fonction de leurs besoins.

BBI : Qu'est-ce que signifie, pour vous, la notion de maillage commercial ?

 La proximité avec nos clients est un de nos quatre axes prioritaires stratégiques. Le cœur de notre modèle repose ainsi sur une démarche omnicanale, avec un réseau de 1 200 commerciaux qui doivent apporter une valeur ajoutée au client, des commerciaux sédentaires, des outils digitaux comme le site marchand et l'e-procurement, des points de vente et un centre logistique qui assure une livraison partout en France en 24/48 h, et même en trois heures si le client est à proximité d'un magasin.

Chez Berner, un secteur commercial comporte différents niveaux de réponses au client. Principalement, il peut être plus ou moins étendu et plus ou moins spécialisé en termes de métiers, selon nos trois grands piliers, l'Industrie (maintenance), la Mobilité (transport, automobile...) et le Bâtiment. Nous avons d'ailleurs un département dédié à l'optimisation de nos secteurs commerciaux sur tout le territoire, qui tient compte notamment du potentiel de nos différentes typologies de clients. Nous pouvons avoir une segmentation très fine dans cette notion de maillage.

BBI : Quel est le rôle de la force de vente dans ce maillage ?

L.P.: La force de vente est le point clé de notre maillage, avec des commerciaux donc plus ou moins spécialisés selon nos trois métiers. Pour apporter une valeur ajoutée au client, ils doivent être capables de bien comprendre des problématiques qui ne sont pas du tout les mêmes en fonction des secteurs d'activité.

Nous avons aussi des experts sur un certain nombre de domaines, par exemple des ambassadeurs chimie. Ce sont des spécialistes qui peuvent former leurs collègues et les clients sur les risques chimiques par rapport...

Veillez vous identifier pour consulter la totalité de l'article.

[Vous avez perdu votre n° d'abonné. N'hésitez pas à nous contacter.](#)

Valider

Vous n'avez pas de n° d'abonné ?

Abonnez-vous pour bénéficier de nos revues et l'accès à l'intégralité des articles !

[S'abonner à la](#)

