

# VIPros

[Accueil](#) / [BBI](#) / [Fournisseurs](#) / [Animations commerciales](#)

## Tournées et webTV au programme 2019

La plate-forme VIPros poursuit le déploiement de son écosystème transversal qui séduit industriels, distributeurs et clients finaux. Tournées terrain, webTV, Very Important Promos, les initiatives ne manquent pas pour faire de ce portail la place de travail des artisans du bâtiment.

Le portail digital VIPros regroupe à ce jour vingt-cinq industriels référents (35 marques) du secteur du bâtiment dont le dernier en date, Bosch, qui amène une crédibilité supplémentaire au concept imaginé par Hugues Lecomte. VIPros permet à ces entreprises de mutualiser leurs investissements promotionnels et d'offrir à leurs clients finaux un large panel de services dans l'objectif de créer un réseau d'utilisateurs professionnels fidélisés à leurs marques. Un programme de fidélité commun permet ainsi d'offrir plus facilement et plus rapidement de nombreux cadeaux accessibles sur le site [www.vipros.fr](http://www.vipros.fr), acquis en échange de points gagnés pour l'achat des produits des marques partenaires, mais également pour la participation aux formations proposées, une présence lors des rencontres organisées chez des distributeurs ou encore un test produit et un partage d'expérience...

### Grandes tournées de démonstrations

Pour l'année 2019 qui s'annonce, différentes actions sont d'ores et déjà prévues par VIPros et les sociétés associées à cette structure. Les plus spectaculaires sont les tournées organisées chez les distributeurs avec à ce jour deux opérations programmées avant d'autres possibles, une dans le secteur du sanitaire et une dans le secteur de la quincaillerie / fourniture industrielle.

Pour ces journées, VIPros procède au repérage des points de vente pour vérifier de leur adéquation avec le concept en termes d'infrastructure et prépare la promotion et la gestion de l'événement avec les équipes du distributeur (qui inviter ? comment ? action promotionnelle packagée...). Le jour J, le roadshow prend place avec l'implantation de deux grands chapiteaux gonflables d'une superficie – extérieure – de 150 m2 pouvant abriter chacun jusqu'à six industriels, en lieu et place de la succession de petites structures qui les années passées imposaient un circuit fournisseurs strict et pouvaient créer des goulots d'étranglement. Cette nouvelle disposition devrait donner plus de dynamisme à l'opération avec une plus grande liberté de mouvement pour les clients invités et la possibilité d'implanter au centre des deux chapiteaux des lieux d'animation plus ludiques ou spectaculaires, voire l'espace traiteur. Parallèlement, les commerciaux des distributeurs seront formés par les fournisseurs présents durant l'événement ; des tournées accompagnées et des sessions de téléventes pouvant être organisées par la suite.

### Un webTV au programme

Autre grand chantier 2019, VIPros va sortir les six premières émissions de sa propre webTV qui devrait être accessible en streaming en début d'année sur son site internet et sur ceux des industriels partenaires. Chaque émission comportera quatre sujets différents, concernant donc quatre sociétés impliquées dans VIPros, et sera articulée en une partie plateau avec des invités artisans, distributeurs ou autres chroniqueurs et un reportage sur chantier. Elle intégrera

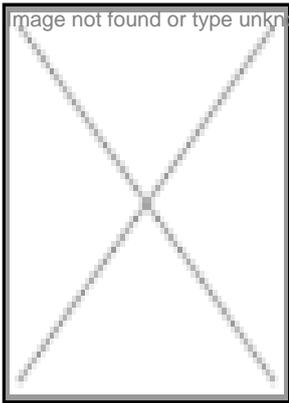
notamment des démonstrations réalisées de façon très didactique, une minute juridique présentée avec le site d'information « Le droit pour moi » et un jeu, la petite touche promotionnelle finale. Cette webTV permettra d'apporter une visibilité supplémentaire à VIPros et s'intègre dans une stratégie digitale plus large, illustrée par l'embauche récente d'un « community manager » par la plate-forme. A noter également que les différents sujets pourront être extraits pour être communiqués aux distributeurs qui le désireront.

### Les VIP, Very Important Promos

Ces deux temps forts, les tournées et la webTV, ne doivent pas faire oublier l'essence même de VIPros avec les promotions éditées par les différents industriels et la distribution de points afférente, indispensable pour alimenter le moteur de la plate-forme. Elles peuvent être réalisées en solo, à l'instar de Bosch qui a monté sa propre action à travers un support papier tiré à 360 000 exemplaires comportant de nombreuses références VIPros avec distribution de points à la clé, en duo tels Reisser et Fein qui ont récemment proposé une offre mixant une visseuse et des vis, ou plus largement au sein d'actions transversales VIP Very Important Promo qui seront déclinées à tous les partenaires fournisseurs avec un document commun.

Frédéric Bassigny

### Points doublés sur Artibat



Sur le salon Artibat, afin de promouvoir le portail VIPros, les différents fournisseurs associés à la plate-forme distribuait un chèque de points aux artisans qui venaient les rencontrer. Ces points étaient doublés si l'artisan se rendait sur le stand VIPros où il pouvait bénéficier d'informations complémentaires.