

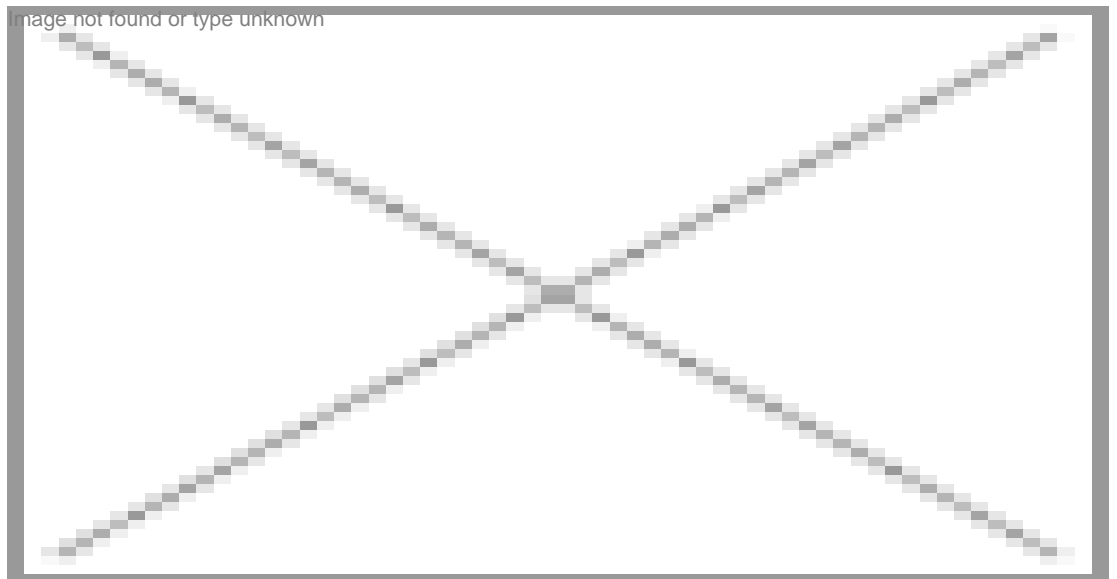
Kemppi

[Accueil](#) / [BBI](#) / [Fournisseurs](#) / [Soudage](#)

Un roadshow déclencheur de commandes

Faisant étape dans 19 points de vente en Europe, dont trois en France, le Roadshow de Kemppi a permis à la marque d'aller à la rencontre de ses utilisateurs finaux et de renforcer son image, tout en confortant sa collaboration avec ses distributeurs. Un événement apprécié qui suscite, après plusieurs semaines, des retombées commerciales.

« Ces trois journées à la rencontre de nos clients ont été un beau succès » résume Franck Lavau, directeur général de Kemppi France. « Les distributeurs ont bien joué le jeu, en faisant preuve d'un réel dynamisme. Ils ont invité des clients



intéressants et intéressés par la présentation des nouveaux produits et la possibilité de les essayer . »

Un impact important

Les 3, 5 et 10 octobre dernier, le grand Roadshow européen du fabricant finlandais de matériels de soudage a en effet fait étape en France, après être parti de Suède, passé par la Pologne, l'Allemagne, la Grande-Bretagne et l'Italie et avant de rejoindre les Pays-Bas. Au total, le camion s'est arrêté dans dix-neuf points de vente en Europe, avec une centaine de clients accueillis par date. « La France a été l'un des pays où le Roadshow a accueilli le plus de clients » se félicite Héléna Markovic, chargée de marketing et communication Kemppi France. L'opération avait, il est vrai, été travaillée minutieusement en France, avec un engagement fort de la marque comme de ses distributeurs, pour que la venue du camion soit une réussite.

Pour Kemppi, l'objectif de ce Roadshow était avant tout d'aller à la rencontre de ses clients. « Souvent, quand les utilisateurs finaux rencontrent la marque, c'est dans les salons. Là, nous sommes allés à leur rencontre. Ils ont apprécié » remarque Franck Lavau.

L'impact visuel du camion, tout comme le fait d'avoir été partie intégrante d'un périple européen, a sans aucun doute contribué à donner à l'évènement toute son envergure. « Le Roadshow a mis en évidence notre partenariat avec les distributeurs et leur a permis d'organiser une journée vraiment technique. Il a également renforcé, d'une façon globale, notre image auprès de tous nos clients finaux, même si nous ne pouvions pas faire étape chez l'ensemble de nos revendeurs. Le

Roadshow a permis de valoriser la marque auprès de tous. »

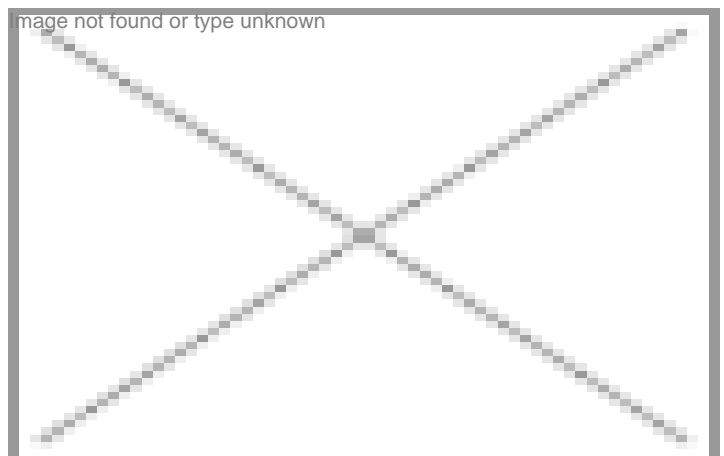
Environ 400 clients finaux

Renard, à Loison-sous-Lens (62), a été le premier à accueillir le 3 octobre le camion Kemppi. Ce dernier a rallié, le 5 octobre, ID Soudage, à Besançon (25) puis, le 10 octobre, SMN 42 à Andrézieux-Bouthéon (42). De quoi accueillir, sur les trois étapes, environ 400 clients finaux, qui ont ainsi pu découvrir les dernières technologies de la marque, tester ses produits et exposer leurs besoins à ses experts. Les chefs de produits du groupe, représentant différentes familles de produits, qu'il s'agisse des EPI (masques, gants, vêtements), des accessoires (torches...) et bien entendu des machines, étaient effectivement présents. «Nos collègues finlandais étaient ravis de pouvoir parler avec les clients finaux, qui ont fait l'effort de parler anglais pour échanger avec eux. »

Du côté de Kemppi France, au-delà de Franck Lavau et Héléna Markovic, deux commerciaux de la zone géographique concernée étaient présents à chaque étape, de même que le directeur commercial. «Nous avons particulièrement apprécié que chaque distributeur opte pour un format différent. Chacun s'est approprié l'événement » souligne Héléna Markovic. Renard, par exemple avait intégré le Roadshow à une journée technique regroupant une dizaine de marques liées à l'univers du soudage. «De nouveaux clients, venus pour une autre marque, ont ainsi pu nous découvrir... » ajoute Franck Lavau.

Convivialité

La convivialité était évidemment de la partie, soutenue d'ailleurs par un soleil quasiment estival et, chez chaque distributeur, un accueil gourmand. L'aspect ludique était lui aussi bien présent : les invités pouvaient tenter de battre sur un simulateur de course automobile le meilleur record parmi les participants des sept pays concernés par le Roadshow et gagner un Master M 205 aux couleurs de...



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
revue](#)