

# V?IPros

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

## Une référence pour les acteurs du bâtiment

La plate-forme VIPros, qui mise sur les synergies apportées par vingt-sept marques complémentaires sur le secteur du bâtiment pour fidéliser les artisans et accompagner leur montée en performance, est de plus en plus reconnue sur les marchés. Ses actions permettent aussi d'encourager le trafic dans les points de vente et d'accroître les chiffres d'affaires.

VIPros s'inscrit bien dans l'air du temps. S'appuyant sur une démarche collective entre différentes marques opérant sur les marchés professionnels du bâtiment, cette plate-forme digitale a été créée en 2017 avec pour ambition de favoriser des liens directs avec les artisans. Autrement dit, stimuler la création de valeur sur le marché, en connaissant mieux les attentes des artisans pour répondre au plus près à leurs besoins en termes de services et d'innovations et en fidélisant les plus impliqués d'entre eux. «L'objectif à la base de VIPros, c'est de créer un lien fort entre marques et artisans pour permettre justement à ces derniers d'acheter les produits les mieux adaptés à leurs besoins auprès de leurs distributeurs habituels. Cette relation qui se crée entre industriels et "Pros" n'est pas une relation commerciale et unilatérale : son objectif est, au contraire, de donner la possibilité aux marques de mieux comprendre les besoins des utilisateurs pour mieux y répondre. De leur côté, les artisans peuvent gagner en compétence et en performance, grâce au support technique et aux services proposés par les marques » confirme Hugues Lecomte, directeur général de VIPros.

Réunissant aujourd'hui 20 industriels, soit 27 marques représentant les différents métiers du bâtiment, la plate-forme VIPros a, en trois ans, gagné ses galons sur le marché. Son programme inédit de fidélisation devrait compter, après les recrutements effectués sur le Mondial du Bâtiment, quelque 6 000 artisans inscrits, tous corps de métiers confondus. «Nous sommes sur la bonne voie pour faire de VIPros une référence pour tous les acteurs du secteur, grâce à la proposition de services et de contenus de qualité. » Cet intérêt se mesure concrètement par le nombre de VIPoints générés par les transactions, soit 600 000 VIPoints cette année, qui ont été dépensés pour les deux tiers par les artisans dans les cadeaux proposés par le programme.

La richesse de la complémentarité

VIPros se présente effectivement comme le seul programme où l'artisan cumule des points obtenus par l'achat de produits de différentes marques sur un seul et même compte, la synergie de marques transversales et spécialistes par métier permettant d'amplifier le mouvement. « Les marques les plus importantes attirent beaucoup d'artisans, tout le monde en profite. Mais les plus petites apportent de l'expertise métier et des artisans spécialisés et donc de nouveaux clients pour les marques transversales » précise Hugues Lecomte. Ce que confirme Nicolas Gros, directeur commercial marchés professionnels de Bosch. « Le fait d'avoir plusieurs métiers complémentaires pour une population d'artisans qui n'achètent pas tous les jours permet aux différentes marques d'avoir du poids dans le programme. Le fait d'avoir des marques référentes, généralistes souvent, et des marques plutôt spécialisées, renforce aussi le côté professionnel de la plate-forme. En ce qui nous concerne, cela nous permet également de mieux connaître les habitudes des artisans et d'avoir une approche différenciée. A terme, l'objectif est de mettre en avant nos innovations et nos services de façon plus adaptée. Je suis confiant dans ce type de modèle qui nous...

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](#)