

# Wiha

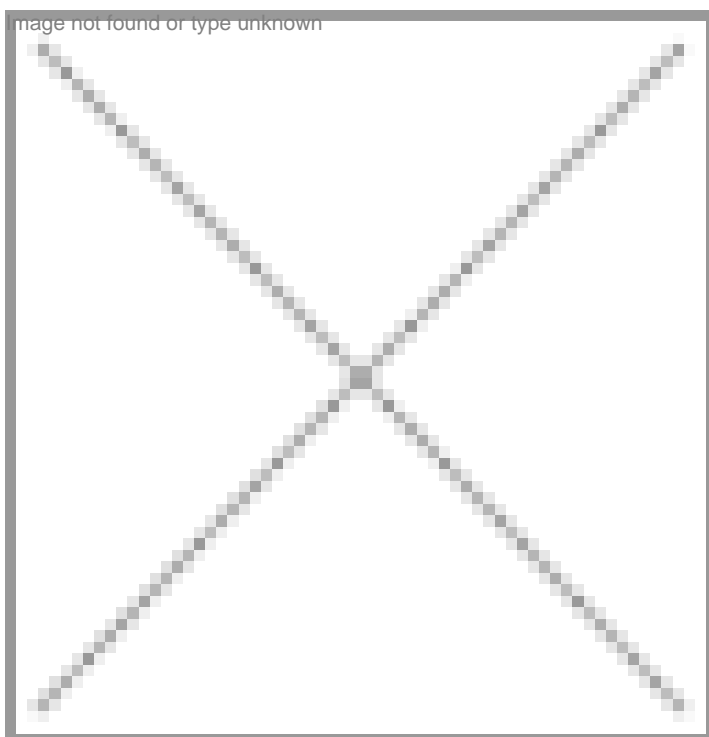
[Accueil](#) / [BBI](#) / [Produits](#) / [Rangement d'atelier](#)

## Sac à dos premium

Sur son stand de 99 m<sup>2</sup> implanté directement à l'entrée du hall 7.2, la société Wiha a pu capter l'attention des visiteurs qui ont notamment pu découvrir dans son atelier de démonstrations le tournevis à assistance électrique SpeedE PocketDrive, dévoilé sur le salon EisenwarenMesse Cologne de mars dernier, et ses divers présentoirs en bois FSC. Au-delà, ils ont eu accès à l'offre d'outils du fabricant et à ses compositions, ces dernières étant présentées sur des pôles distincts mécanique et électricité afin de montrer l'expertise de la marque dans ces deux domaines, et à son animation commerciale dont vous retrouverez les détails dans l'encadré ci-dessous.

En termes de présentation de produit, nous vous proposons le sac à dos Wiha désormais disponible dans une version non garnie. Ce rangement d'un volume de 34 litres comporte un grand espace intérieur d'accès rapide grâce à l'ouverture possible de son seul tiers supérieur. Un compartiment arrière dédié à l'ordinateur et aux documents administratifs, une poche latérale protégée pour les outils sensibles et une poche arrière viennent au total offrir 77 possibilités de rangement plus 30 possibilités de fixations supplémentaires (boucles Molle).

Ce sac à dos est fabriqué dans un tissu 1 680 deniers d'une grande résistance étanche aux projections d'eau, avec des fermetures à glissière YKK. La coque inférieure solide et étanche garde les outils au sec et, par sa stabilité, garantit la position verticale du sac en position ouverte. Pour le confort, les bretelles et les sangles sont facilement réglables et son rembourrage permet une bonne ventilation au dos.



Animation commerciale



Durant les quatre jours de Batimat, Wiha a mis en place sur son stand une animation commerciale en partenariat avec quatre de ses distributeurs, en l'occurrence Maxoutil, Foussier, Yesss électrique et Cergy-vis, pour susciter et valider des ventes d'impulsion sur le salon. Les visiteurs pouvaient ainsi, sur deux grandes bornes interactives menant aux sites marchands des revendeurs, ou directement sur leur smartphone, effectuer leurs commandes à des prix bénéficiant d'une remise spéciale salon. Comme l'indique Jérôme Layer, directeur général de Wiha France : « Cette opération a été un succès avec la vente de plus de 60 000 ? HT de produits Wiha sur les quatre jours. Elle a aussi attiré de nombreux exposants venus voir ces bornes dont tout le monde parlait. Nous souhaitons désormais en faire un standard pour nos salons afin de faire profiter nos distributeurs de notre dynamisme commercial. » »