

Le service après-vente est la clé

Prowimat est le distributeur exclusif d'Hitachi dans le sud de la France depuis six ans. Il vient d'agrandir son territoire, qui s'étend à présent des Alpes italiennes, le long de la Méditerranée, jusqu'à la frontière espagnole.

« La plupart de nos clients sont des entreprises de construction, des sociétés de location et des entreprises actives dans les secteurs de la démolition et des carrières », déclare le directeur de Prowimat, Pascal Widmer.

Un de ses clients, DSD Démolition, démolit actuellement le viaduc de l'A55 à Marseille. La société dispose de quatre pelles Hitachi, une ZX250LCN-3, une ZX350LC, une ZX350LCN-3 et une ZX470LCH-3, qui travaillent jour et nuit pour accomplir la mission en trois mois.

« Le principal atout de ces machines Hitachi pour notre activité est leur fiabilité », déclare le directeur de DSD Démolition, Brahim El Hadri. « Ensuite, le facteur le plus important est le service après-vente assuré par Prowimat. »

« Nous avons eu quelques problèmes, mineurs, avec nos machines sur des chantiers à Grenoble et Toulouse, qui ne se trouvent pas dans le territoire de Prowimat. Pourtant, nous les avons appelés et ils ont pu s'organiser rapidement pour faire la réparation. »

En l'absence d'un distributeur Hitachi national, Prowimat doit persuader ses clients que la qualité du service après-vente sera consistante sur tout le pays.

« Les clients travaillant avec des comptes nationaux ont deux préoccupations : les machines bénéficieront-elles du même niveau de service en dehors du territoire et les pièces seront-elles plus chères dans une autre région ? », résume Pascal.

« Nous pouvons gérer toutes les réparations et tout le service après-vente pour nos clients. Nous décidons si nous intervenons nous-même ou si nous faisons appel à l'un de nos distributeurs voisins, comme Teramat, pour réparer le problème. »

1. Prowimat organise chaque année une journée portes ouvertes à son dépôt de Saint-Martin-de-Crau
2. Le dépôt comporte un atelier de 700 m²
3. Des pelles Hitachi de DSD Démolition au travail sur un chantier routier à Marseille
4. Le directeur de Prowimat, Pascal Widmer (à droite) avec Brahim El Hadri, directeur de DSD Démolition

En plus d'assurer un niveau élevé de service après-vente, Prowimat est également conscient de la nécessité d'établir des liens durables avec ses clients, en particulier dans le cas d'une entreprise encore jeune. Comme l'événement My HITACHI Experience (voir page 5), Prowimat organise chaque année une journée portes ouvertes à son dépôt de Saint-Martin-de-Crau.

« La première journée portes ouvertes a été organisée en septembre 2004 pour inaugurer les nouveaux bureaux et le nouvel atelier », déclare Pascal. Prowimat invite 200 clients sur deux jours pour essayer des pelles et chargeuses sur pneus Hitachi et assister à des démonstrations. Un service de restauration et des animations sont également prévus.

« L'année dernière, nous avons fait venir un champion du monde de VTT-trial pour sauter d'un engin à l'autre », raconte Pascal. « Et je réfléchis déjà à ce que nous allons faire l'année prochaine. »

L'organisation de ce type d'événements coûte des milliers d'euros. L'investissement en vaut-il la peine ? « La vente n'est pas le but premier, bien que nous ayons obtenu quelques commandes pendant cette journée », explique Pascal. « Le but principal est de parvenir à établir une relation durable avec nos clients. »

Pour augmenter la part de marché d'Hitachi en France, Prowimat doit également se développer. L'entreprise prévoit l'ouverture d'un atelier dans l'Hérault l'année prochaine et mène une politique très active de promotion pour aider à doper ses ventes.

« Nous sommes toujours à la recherche de façons d'augmenter notre part du gâteau. Nous allons par exemple offrir un outil de travail ou un écran plasma Hitachi gratuit à chaque achat d'une mini-pelle. Ces produits partagent les mêmes valeurs : qualité, fiabilité et productivité. »

Pascal pense que l'étoffement de la gamme de chargeuses sur pneus pourrait également aider Hitachi à élargir son offre. « La commande par un client d'une nouvelle pelle constitue une bonne opportunité pour présenter d'autres produits Hitachi. Sinon, le client ira chez le concurrent. »

Pascal sait néanmoins que le développement d'une gamme complète d'engins prend du temps. « Pour Hitachi, il est important de ne pas commercialiser des produits dans la précipitation », conclut-il. « Une fois disponibles, les nouvelles machines viendront à point. »

