



Plafond plat isolé et puits de lumière grimpent dans les ventes de Vérandas Soko. Photo F.Pieau

EXTENSION

Vérandas Soko, des liens renforcés

TEXTE : STÉPHANIE LACAZE-HARTELEMEYER

stratégie

En 2017, l'industriel Vendéen, spécialiste des solutions d'extension sur-mesure a parié sur l'innovation et l'accompagnement clients. En 2018, Vérandas Soko va continuer de renforcer cette stratégie commerciale en pariant toujours sur une relation gagnant/gagnant.



Magali Lemeunier, Chargée de marketing et communication de Vérandas Soko

En plus d'un animateur réseau recruté cette année, l'équipe commerciale de Vérandas Soko a quasiment doublé, « une septième personne vient d'arriver. Notre équipe commerciale a été ainsi renforcée afin d'apporter toute notre pertinence technique sur le terrain. Nous souhaitons nous mettre au service des professionnels », explique d'emblée Magali Lemeunier, Chargée de marketing et communication de Vérandas Soko. Objectif : leur délivrer tous les outils nécessaires pour les rendre autonomes sur leur activité véranda. D'ailleurs, l'année 2018 va aussi démarrer avec la mise à disposition d'un nouvel outil 3D. Ce logiciel de modélisation et de description détaillée des projets vérandas, « va être proposé en location à nos

partenaires professionnels », ajoute Magali Lemeunier. Il prend en compte toutes les contraintes du projet, points de blocage et difficultés techniques compris, afin qu'ils puissent aller plus vite dans la construction du projet, et en toute sécurité. « Notre plus grande satisfaction aujourd'hui est d'assister à l'évolution de l'activité de nos clients. Alors que certains ne vendaient pas du tout de vérandas lorsque nous sommes devenus partenaires, désormais cette offre est une de leurs activités principales ». Notamment grâce à l'expertise métier apportée par ce spécialiste de solutions d'extension sur-mesure.

Des partenaires en toute indépendance

Mais pas question d'enfermer les clients partenaires dans un carcan, ni de concevoir un maillage territorial dense. « Nous avons mis en place notre réseau de distributeurs certifiés il y a deux ans maintenant. S'il continue de progresser, nous ne souhaitons pas l'étendre à tout prix », informe Magali Lemeunier. Le credo de Vérandas Soko ? C'est l'indépendance. « Nous avons aujourd'hui, 200 clients actifs dont 25 distributeurs certifiés qui ont le potentiel pour faire plusieurs

vérandas par mois. Néanmoins nous sommes aussi capables d'accompagner les artisans qui ne font qu'une à deux vérandas par an ». L'industriel souhaite travailler avec des professionnels de tous profils, du vérandaliste au spécialiste de la fenêtre. CQFD : face à ces différents partenariats, Vérandas Soko propose des prestations de service, d'accompagnement et des outils de communication à la carte, taillés pour répondre aux attentes de ces professionnels selon leur dimension et leur activité. Mais sa Chargée de marketing et communication tient à préciser. « Nous sommes 100% gratuits.

de cette stratégie, Vérandas Soko répond aussi à l'esthétique montante du toit plat avec plafond isolé et puits de lumière « qui représente aujourd'hui 20 % de nos ventes ». Pour rester toujours dans la tendance, l'industriel lance cette année deux nouvelles teintes en harmonie avec les autres menuiseries de la maison : un gris moderne et un autre dit architecte. Mais surtout Vérandas Soko a fait le pari de l'innovation en déclinant dans son offre le vitrage électrochrome SageGlass qui se teinte ou devient transparent juste en appuyant sur un interrupteur. Un exploit technique.



Vérandas Soko à Batimat.



Si nous avons mis en place notre réseau distributeurs certifiés il y a deux ans, c'était pour créer un maillage et un lien entre nos clients, leur apporter un accompagnement personnalisé en leur faisant bénéficier de notre expertise du métier et les aider à faire évoluer leur activité. Mais nous souhaitons conserver une dimension importante qui est celle de la convivialité ». Conséquence : Vérandas Soko a mis en place une convention de partenariat, « une relation gagnant/gagnant », garante de leur indépendance tout en leur apportant la force et le savoir-faire de l'industriel.

De l'innovation pour se différencier

Vérandas Soko accompagne aussi ses partenaires professionnels avec des solutions différenciantes. À l'image de sa gamme 70 mm. « Nous leur proposons une offre qualitative d'autant qu'ils expriment ce besoin de ne pas avoir à batailler uniquement sur le prix », confie Magali Lemeunier. Fort

« En termes de coût, la prestation est quasiment identique à un vitrage traditionnel en toiture de véranda avec son occultation ». Et l'innovation en vaut la chandelle ? « C'est clairement un marché en progression. D'ailleurs pour accompagner nos clients professionnels nous allons leur proposer en janvier une visite chez Saint-Gobain à l'occasion de notre séminaire. Ainsi, ils vont pouvoir vivre une expérience inédite dans le domaine du confort grâce à des parcours de visite innovants pour expérimenter les différentes sensations de confort et d'inconfort thermique, visuel et acoustique. Ils re-découvriront aussi, l'innovation SageGlass », dévoile la Chargée de marketing et communication. Pour se l'approprier, mieux comprendre son fonctionnement et ses atouts, et bénéficier encore d'un autre moyen de se différencier.