

Quand le mobilier de bureau joue **la carte fidélité**

Avec une croissance à 2 chiffres réalisée chaque année depuis sa création, la société ERGOFFICE spécialisée dans le mobilier d'entreprise ne connaît pas la crise, alors que le marché français du secteur commence pourtant à en pâtir. Explications.

Lorsque Jean-Michel Orjebin démarre sa carrière de commercial en 1977, il ne se doute probablement pas que 30 ans plus tard, il sera à la tête de sa propre entreprise spécialisée dans le mobilier bureau. Durant plus de 25 ans, il a travaillé pour les plus grands et développé ses compétences en tant que commercial, directeur commercial, manager, chef des ventes ou encore responsable grands comptes. Fort de son expérience, il fait le choix en 2007 de créer ERGOFFICE, une structure dont les mots d'ordre sont : « Qualité », « Honnêteté » et « Respect des engagements ». Et ce, dans un secteur où la concurrence est rude et surtout bien implantée. Le tout, c'était de se démarquer au sein d'un marché français qui représente à lui seul plus d'un milliard d'euros mais qui stagne, voire baisse depuis quelques années. La faute à la crise probablement. Mais pas uniquement. Selon Jean-Michel Orjebin, « Le marché ne peut pas reculer indéfiniment. Le mobilier de bureau souffre d'une usure naturelle avec le temps. Il faut donc songer à le renouveler, même partiellement. Sans compter que les conditions de travail actuelles imposent de nouvelles organisations : Open Space, optimisation des mètres carrés, ergonomie, restructurations. Des prestations de plus petites ampleurs, pour lesquelles les PME et les clients grands comptes préfèrent généralement opter, en faisant appel à des distributeurs comme ERGOFFICE plus souples et plus réactifs que les grandes structures concurrentes. »

>>Un mode de distribution personnalisé

Nul doute que pour ce passionné des relations commerciales, envisager son métier autrement qu'en misant sur l'écoute, la fidélisation, le développement et le suivi de ses clients est impossible. C'est dans cet état d'esprit qu'ERGOFFICE a vu le jour. Et c'est dans cet état

d'esprit que Jean-Michel Orjebin a choisi ses fournisseurs. Des fournisseurs tous certifiés ISO 14001 qu'il connaît bien, puisqu'il collabore avec certains depuis ses débuts. Résultat : lorsqu'il crée son entreprise en 2007, son objectif est clair. Garantir à ses clients, qu'il s'agisse de PME ou de grands comptes, une offre large, une qualité de service irréprochable, ainsi qu'un suivi avec un interlocuteur unique qui maîtrise parfaitement la complexité de chaque dossier. Il faut dire que pour cet autodidacte du métier tombé dans le mobilier d'entreprise dès ses premiers pas dans la vie active, la relation humaine est au centre de tout. « Il n'existe pas de copier coller. Chaque projet, chaque client est différent avec son histoire, son activité, ses chartes. »



>>Une offre globale

Mais pour perdurer dans le cercle étroit du mobilier d'entreprise, encore faut-il savoir faire preuve de stratégie. Comment ? En cherchant un projet en amont avec discrétion, en assurant une veille et en développant de nouvelles offres grâce à un réseau de partenaires complémentaires et indépendants. L'idée, c'est de proposer aux clients des services tels que la recherche de locaux, les déménagements, les travaux de second œuvre, pour maîtriser tous les paramètres des plannings d'intervention, éviter les tensions liées aux imprévus de chantier et faciliter les échanges entre les équipes. Au final, tout est une question de relations non plus commerciales, mais humaines. « La principale légitimité réside dans les rapports étroits qui existent avec les partenaires et les fournisseurs industriels, toujours très impliqués dans la démarche d'ERGOFFICE », estime Jean-Michel Orjebin. Et d'ajouter : « Ma plus belle récompense, c'est la fidélité de nombreux clients qui me suivent pour certains depuis plus de 20 ans ». C'est dit. ■