

Témoignage : Emmanuel Gagnez, responsable export de Sammode,

Emmanuel Gagnez, responsable export de Sammode, une entreprise vosgienne et parisienne qui fabrique et commercialise des luminaires haut de gamme industriels et architecturaux.

PME familiale de 40 salariés, Sammode a tâté de l'international en fonction des opportunités avant qu'Emmanuel Gagnez, arrière-petit-fils du fondateur, ne vienne intensifier la démarche en rejoignant son père au poste de directeur export.

L'international, c'est un métier à part entière et à temps complet. Quatre ans après sa sortie d'HEC et une première expérience en conseil en stratégie, Emmanuel Gagnez est donc venu épauler son père aux commandes de l'entreprise familiale spécialisée dans les luminaires techniques, dont les principaux débouchés sont dans l'industrie, les transports et les grands projets architecturaux.

"Nous sommes sur un marché de prescription : si un client choisit nos luminaires, c'est parce que son bureau d'étude ou l'un de ses prestataires lui en a parlé". Sammode a donc choisi de se développer avec un réseau de partenaires locaux, "des agents commerciaux multicartes chargés de diffuser nos produits". Avantage : si les ventes ne décollent pas, l'entreprise ne perd pas d'argent, puisque les coûts fixes engagés sont presque nuls.

Inconvénient : "Nous sommes dépendants de la bonne volonté de nos partenaires". C'est pourquoi Emmanuel Gagnez les choisit très soigneusement et passe beaucoup de temps à animer son réseau : "J'ai deux critères pour juger de la qualité d'un partenaire. Bien que nous soyons sur des cycles de vente assez longs (il faut compter trois à cinq ans avant que le flux de chiffre d'affaires soit important et récurrent), un bon partenaire doit décrocher des petites commandes durant la première année pour faire tester nos produits à ses clients. Si ce n'est pas le cas, c'est mauvais signe".

Autre facteur encourageant : "Si votre partenaire vous appelle souvent, pour avoir des échantillons ou des informations techniques, ça veut dire qu'il s'occupe de vos produits". En contrepartie, le service export doit faire preuve d'une réactivité à toute épreuve : "Si vous ne répondez pas tout de suite, le partenaire baisse les bras". D'où l'importance d'avoir une équipe sinon entièrement dédiée, du moins fortement sensibilisée à l'export.

En savoir plus : www.sammode.fr