

# Waterlogic soutient ses revendeurs

Etablir un partenariat gagnant/gagnant avec ses distributeurs pour garantir une qualité de service optimale à ses clients finaux, tel est l'objectif de la charte « Partenaire Waterlogic Club ».

Mise en place depuis quelques mois, cette charte engage les deux parties. De son côté, Waterlogic accompagne les distributeurs signataires, sélectionnés pour leurs compétences et leur professionnalisme, en leur proposant un package de prestations de service. Il s'agit de leur fournir des outils capables de les aider à doper leur chiffre d'affaires en développant la marque auprès de leurs clients. Pour leur part, les distributeurs signataires de la charte s'engagent à assurer à leurs clients Waterlogic le service après-vente de qualité qu'ils sont en droit d'attendre. « L'initiative est cohérente avec notre stratégie, dont la finalité est d'apporter de la valeur ajoutée au marché. Avec

cette charte, nous apportons la garantie que le suivi client assuré par nos distributeurs sera à la hauteur de nos exigences », explique Romain Portha, directeur marketing et business développement de Waterlogic.

## Une charte tournée vers le client final

Les revendeurs s'engagent sur une plate-forme commune d'une vingtaine d'items portant sur la formation des clients aux produits vendus, le suivi des recommandations de Waterlogic en termes d'entretien, la surveillance technique, la rapidité de réparation... Le fabricant a prévu cinq niveaux d'agrément, chaque niveau étant lié au volume d'achat de fontaines par le distributeur et à son respect des engagements; ivoire (jusqu'à 25 fontaines Waterlogic commercialisées par an), bronze (25 à 50), argent (51 à 150), or (151 à 300); platine (plus de 301 fontaines). Quel que soit le niveau d'agrément,

Waterlogic fournit une base de supports commerciaux (brochures produits, avis d'experts, newsletters, photothèque, annonces presse...) et techniques (manuel d'utilisation, manuel technique, procédures, bon de commande pièces détachées, hotline SAV). Plus le niveau d'agrément est élevé, plus la palette d'outils est importante, aussi bien sur le plan commercial (vidéo 3D, formation marketing, animation commerciale, vêtement de travail...), que technique (formations) et qualité (formation, hotline « qualité eau »). « Ce principe de niveaux permet à des petits distributeurs prêts à se professionnaliser de tester la charte. Au fur et à mesure que leurs activités prendront de l'ampleur, ils pourront monter en catégorie en étant sûrs que nous répondrons à l'évolution de leurs besoins. En retour, ils devront aussi respecter certaines règles. Par exemple, pour passer de bronze à argent, nous demandons de suivre impérativement une formation technique de 2 jours », précise Romain Portha. A terme, cette charte devrait permettre à Waterlogic de se développer en s'appuyant sur un réseau de revendeurs compétents et motivés. Les équipes françaises sont à l'initiative de cette démarche que les filiales du groupe devraient déployer assez rapidement dans d'autres pays. ■



Les distributeurs agréés pourront utiliser le logo « Waterlogic, partenaire agréé » dans leur communication (véhicules, site internet...)

MV