

Salon de l'entreprise

🕒 **Points d'appui.** Le jeudi 18 novembre, les différents interlocuteurs du monde de l'entreprise seront réunis à Louhans. D'ici là, à travers quelques exemples très concrets, nous tenterons chaque semaine d'expliquer quel peut être leur rôle aux côtés de ces structures.

COMMUNICATION. La menuiserie Berthaud du Miroir a développé ses marchés grâce à Internet.

Faire savoir ses savoir-faire

« Nous partions d'une coquille totalement vide ». 110 ans après sa création, la menuiserie Berthaud ne s'était jamais préoccupée de communication. Elle a pris le virage, avec succès.

Il y a deux ans, il n'y avait même pas d'enseigne sur le site de production de la menuiserie Berthaud, transféré de Sagy au Miroir depuis 2004. Mais quand Damien, arrivé dans la boîte aux côtés de son père Serge et de son oncle Gérard, a soumis l'idée de travailler à une meilleure communication, c'est presque soudainement apparu comme une évidence.

Créée en 1898 par le grand-père des deux dirigeants actuels, François, la petite menuiserie de Saint-Martin-du-Mont a quelque peu évolué. À Sagy d'abord, où le fils, Jean, a orienté l'entreprise familiale vers la menuiserie du bâtiment et a élargi un peu l'équipe. Aujourd'hui, celle-ci compte une vingtaine de salariés, presque uniquement orientés vers la production de



Damien Berthaud, 4^e génération à travailler dans cette menuiserie spécialisée dans les portes et fenêtres, est à l'origine de la campagne de communication qui a été entreprise. Photo E.P.

portes et fenêtres sous toutes leurs formes, des plus simples aux plus compliquées. Un savoir-faire à la fois très technique (machinerie informatique) et très manuel (certaines pièces spécifiques sont réalisées ou finies à la main) que la menuiserie écoule à 90 % vers des professionnels du secteur bois.

Pas seulement le Web

C'est donc vers eux que s'est orientée la stratégie de communication, née d'une rencontre avec Publigo (Louhans). La boîte ne voulait pas d'une simple vitrine sur Internet, bricolée comme certaines peuvent l'être. La création du site Web s'est donc accompagnée d'un mailing auprès des clients et

prospects, avec une plaquette reprenant déjà les savoir-faire de l'entreprise. Bilan un an après ? « Sur les 500 prospects de la liste, 10 % de nouveaux contacts et 4 % ont passé commande ».

ÉRIC PELLENARD
epellenard@lejsl.fr

SITE INTERNET

www.menuiserie-berthaud.com

L'EXPERT

F. BOULAY

Responsable
d'une agence
de communication



Réfléchir globalement

L'originalité et l'avantage de la démarche qu'a eu la menuiserie Berthaud, c'est d'attaquer une communication sur plusieurs pôles, Web, imprimés, fichier adresse et mailing. Cela permet une stratégie d'ensemble et une communication globale sur l'entreprise et ses savoir-faire. Un site Internet fonctionne rarement de façon autonome et immédiate... Il faut savoir le penser dans un environnement global et c'est là qu'intervient beaucoup le rôle du professionnel de la communication. Avant de proposer un produit, il est d'abord là pour conseiller et orienter sur les supports, leurs imbrications et les délais d'efficacité.