

Ce succès repose en grande partie sur l'offre mais également la force de vente... Quels sont ses atouts ?

J.R. : Nous avons su fidéliser nos équipes de vente : un grand nombre de nos commerciaux ont plus de vingt ans d'ancienneté, nous disposons donc d'un groupe soudé, motivé et solidaire.

La formation de nos commerciaux est pour nous très importante. Elle nous a permis d'avoir des gens qui, non seulement maîtrisent parfaitement l'offre, mais qui sont aussi capables d'être force de proposition et en mesure d'accompagner et de conseiller judicieusement nos clients. Il en est de même pour nos équipes de télévendeuses, qui ont elles aussi, à leur manière, contribué à la réussite de notre démarche commerciale.

Aujourd'hui, cette force de vente est composée de 40 commerciaux terrain, dont 10 sont dédiés spécifiquement à la restauration commerciale et 6 télévendeuses.

Avez-vous l'intention d'étoffer votre force de vente ?

J.R. : Pour répondre à notre développement, nous avons embauché, en 2012, 7 collaborateurs dont 4 commerciaux et 1 directeur des achats.

En 2013, nous prévoyons d'embaucher de nouveaux collaborateurs au sein de la force de vente. L'enjeu ? Attaquer de nouveaux segments de marché, tels que l'hôtellerie et l'hébergement ou encore la santé.

Attention, avoir une équipe commerciale performante ne suffit pas, raisons pour les-

quelles nous avons en parallèle agrandi et restructuré notre surface de stockage (plus de 15 000 m²), mais aussi optimisé la passation et la gestion de nos commandes et enfin élaboré un nouveau catalogue papier beaucoup plus convivial.

Quid de votre stratégie sur le Web ?

J.R. : Le e-commerce est un incontournable. Il est pour nous un outil indispensable à notre croissance. Nous avons donc décidé de refonder notre site Web, pour pouvoir non seulement présenter l'historique et les valeurs qui sont les nôtres, mais aussi mettre à disposition un catalogue produits interactif, des fiches techniques et tout un assortiment de services réservés à nos clients tels que les relevés de facture, les statistiques achats, une « newsletter » qualité, etc.

Nous travaillons pour que demain, nos clients qui le souhaitent puissent faire leurs achats directement via notre site Internet.

Vous m'avez dit plus haut que l'action commerciale ne suffisait pas, pour maintenir une croissance importante, pouvez-vous nous en dire un peu plus ?

J.R. : Comme je vous l'ai dit, nous disposons maintenant d'un entrepôt ultra-fonctionnel d'une surface de 15 000 m². Cette surface nous permet d'avoir en stock plus de 5 000 références en permanence et de garantir à nos clients un taux de rupture proche de zéro.

en chiffres

6 700 clients

275 000 livraisons par an

94 000 tonnes de produits livrés par an

250 collaborateurs

80 camions

3 500 références alimentaires en stock

5 000 références non alimentaires (à l'infini sur commande)

1 500 références en prestation pour le compte de grandes sociétés

source : www.mrnet.fr/company.php

Notre sens du service et le besoin de satisfaire nos clients (renouvellement en 2012 de la norme ISO9001) nous permettent, entre autres, de répondre sur la base de devis et moyennant des délais de livraisons adaptés, à des demandes de produits ou de matériels spécifiques, hors catalogue et à l'infini !

En 2012, nous avons aussi créé l'Académie de Cuisine Cercle Vert avec un show-room, qui nous permet de convier nos clients à des présentations et démonstrations de produits et matériels avec nos partenaires industriels.

D'autres projets à venir en 2013 ?

J.R. : Dans les locaux de l'Académie de Cuisine, nous allons mettre en place une salle spécifique, qui permettra de recréer tous les types de sols et surfaces existants dans la profession, et de mettre en scène nos produits, qui feront la preuve de leur efficacité.

De plus, nous avons eu le plaisir de maintenir notre partenariat avec nos clients historiques tels que Sodexo, Sogeres ou encore Elixor, pour lesquels nous sommes distributeur exclusif sur la zone Paris/Ile de la France.

Notre objectif majeur et prioritaire est de faire face à notre développement, et de répondre par un service de qualité irréprochable aux attentes de nos clients. ●

Les grandes dates en bref

1985 : Création de CERCLE VERT.

1988 : Reprise de CERCLE VERT par Jean Claude et Joseline Regnault.

1990 : Création de M.R.NET société de distribution de produits d'entretien et d'hygiène.

1991 : Rachat de la Société Dubois Wanderwalle.

1992 : Adhésion à la centrale d'achats GEDAL.

1996 : Construction et installation dans un nouvel entrepôt CERCLE VERT de 10 000 m² à Beaumont-sur-Oise.

2000 : Construction d'un nouveau bâtiment de 3 600 m² sur le site de Beaumont pour faire face au développement de M.R.NET.

2006 : Agrandissement de l'entrepôt Cercle Vert de 5 000 m² soit 15 000 m² au total.

2006 : Création de CERCLE VERT PRESTIGE, société de distribution de produits alimentaires d'épicerie fine.

2011 : Déménagement de l'entrepôt M.R.NET dans 10 000 m² à Bruyères-sur-Oise.

2012 : Agrandissement des entrepôts MR.NET & Cercle Vert soit 15 000 m² pour M.R.NET au total et 20 000 m² pour CERCLE VERT.

2012 : Création de l'Académie Culinaire CERCLE VERT (600m²)

(source : www.mrnet.fr/company.php)