



JOSKIN

La 20^{ème} porte ouverte sera virtuelle et immersive

JOSKIN modifie l'organisation de ses traditionnelles portes ouvertes. Covid oblige, il s'agira cette année d'une édition « virtuelle immersive » 2.0. Une occasion de revenir avec Valéry Bailly, Directeur commercial et Nicolas Detry, Marketing Manager, sur la gestion et conséquences de cette crise sanitaire au sein de l'entreprise.

L. Servais, Elevéo asbl

QUEL A ÉTÉ L'IMPACT DU COVID DANS LES SECTEURS DANS LESQUELS VOUS ÊTES ACTIFS ?



Valéry Bailly : « Malgré le contexte difficile, soyons positifs. Cette crise a mis en avant le rôle essentiel de l'agriculture pour la société, et en particulier des productions locales. Cela a joué en faveur de l'image du secteur.

Les conséquences sur nos ventes varient selon le pays en fonction de la sévérité de la crise et des mesures sanitaires prises. Etant actif dans 60 pays, le fait que les mesures prises sont variables nous complique fortement la vie.

D'autres éléments comme la peste porcine qui touche désormais d'autres pays comme l'Allemagne, la Pologne et la Roumanie, ou la sécheresse, ont eu des conséquences plus sévères.

Par contre, certaines évolutions liées à la durabilité nous sont plus favorables. Cela concerne par exemple les mesures de soutien à l'utilisation des effluents d'élevage comme fertilisants et à l'injection ou au dépôt des lisiers, comme c'est le cas en Allemagne.

Donc en ce qui concerne JOSKIN, il est encore trop tôt pour dresser un bilan final de cette crise, mais les conséquences négatives ne devraient pas être majeures. »



Il sera possible de se déplacer virtuellement à sa guise à travers notre show-room via son ordinateur.

COMMENT GÉREZ-VOUS LES MESURES SANITAIRES EN INTERNE ?

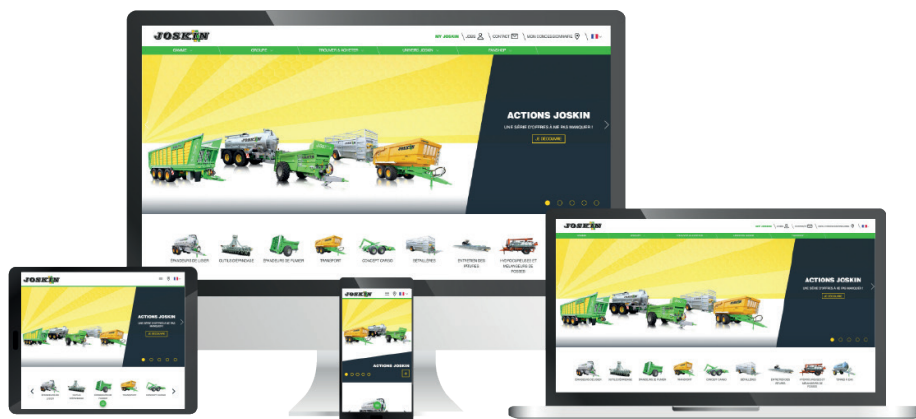
Nicolas Detry : « Nous sommes également concernés par la dérogation octroyée au secteur agricole et agro-alimentaire. La taille de nos bâtiments et machines de production facilite la mise en place des mesures sanitaires. Les horaires sont réaménagés pour faciliter la gestion des pauses et des vestiaires. Le télétravail est d'application lorsque c'est possible. Bien qu'en début de crise, nous ayons enregistré une légère chute de production suite à l'absentéisme lié aux mesures sanitaires, globalement l'impact a pu être minimisé. Nos stocks nous ont en effet permis de temporiser tant au niveau des ventes que du service après-vente. »



ET EN CE QUI CONCERNE LE VOLET COMMERCIAL ?

Valéry Bailly : « La suppression des foires a mis en lumière tout l'intérêt de ces événements en termes de visibilité et de contacts avec les clients. Ce sont des lieux de rencontres collectives et de convivialité irremplaçables. Les agriculteurs et les concessionnaires aiment voir et toucher le matériel.

La communication numérique développée par certains salons comme les vidéo-conférences d'entreprises sont très pratiques, mais ne remplacent pas le volet humain. Il est un fait que si la crise devait durer, ce type d'alternatives entrerait davantage dans les mœurs.



Le site internet a été revisité pour le rendre plus ergonomique et plus pratique

Par ailleurs, nous investissons beaucoup dans la notion de marque. Cela passe par une attention particulière à la conception et la distribution des supports estampillés JOSKIN. Nos célèbres calendriers, avec cette année une formule originale « de promos du mois », seront bien distribués mais par des voies différentes.

Nous avons réorienté notre marketing en utilisant davantage la presse avec une communication plus technique, plus explicative. »

LA DÉCISION DE JOSKIN D'INVESTIR DEPUIS DÉJÀ PLUSIEURS ANNÉES DANS LA COMMUNICATION NUMÉRIQUE S'EST AVÉRÉE JUDICIEUSE !

Nicolas Detry : « Les outils de digitalisation mis en place ont montré toute leur pertinence. « MyJoskin », un intranet destiné aux concessionnaires donne accès aux informations techniques (manuels, livres de pièces, ...) et commerciales (tarifs, promotions, ...) y compris via une tablette ou un smartphone. Ces outils facilitent les remises de prix et la gestion des stocks de pièces détachées et les commandes en ligne par les agents. Les dealers JOSKIN peuvent suivre en temps réel l'état du stock des machines JOSKIN, neuves et d'occasion.

Notre site internet proposait déjà une large information sur nos produits, avec beaucoup de visuels et d'animations. Cette crise nous a conduit à le revisiter pour le rendre encore plus ergonomique et plus pratique pour les visiteurs, avec des réponses claires à leurs questions. »

COMMENT ALLEZ-VOUS GÉRER CETTE PORTE OUVERTE VIRTUELLE DE JANVIER ?

Valéry Bailly : « Cette édition 20^{ème} édition sera en version 2.0. De chez eux, les clients auront l'occasion de se déplacer virtuellement à leur guise à travers notre show-room et d'analyser nos machines en détails, comme s'ils pouvaient les toucher.

Pour compléter ces portes ouvertes virtuelles et immersives, nous avons greffé des vidéos de tous nos services avant et après-vente ainsi que de nos différents sites de production. Les visiteurs pourront ainsi découvrir comment est fabriqué le matériel JOSKIN, non seulement à Soumagne mais aussi dans nos usines à l'étranger. Ils pourront ainsi, par exemple, découvrir notre unité de galvanisation située en Pologne.

Toute cette offre numérique a été conçue pour être utilisable par le plus grand nombre et sera en ligne avant Noël. Si cette formule séduit, elle pourrait continuer à être proposée une fois la crise sanitaire derrière nous, en complément aux portes ouvertes et/ou foires en général. »