

Sara

Bienvenue chez Descamps Bois ! Dans cette série de podcasts, nous vous proposons de découvrir les métiers du négoce moderne à travers nos collaborateurs. Aujourd'hui, nous avons rendez-vous avec Jean-Baptiste, commercial et coordinateur technique à Goussainville. Bonjour Jean-Baptiste, est-ce que tu peux en quelques mots nous parler de ton parcours ?

Jean-Baptiste

Oui, alors j'ai commencé par une formation d'ébéniste en fabrication. J'ai eu une expérience assez longue en restauration de mobilier, puis je suis revenu à la fabrication par la suite : création de mobilier contemporain, design, etc. Ensuite, j'ai un peu glissé-dérivé sur la menuiserie, la charpente, des choses comme ça. J'ai aussi un petit peu touché du bout du doigt la MOB, donc la maison à ossature bois. C'est à ce moment-là que je suis arrivé chez Descamps.

Au début, je suis entré chez Descamps pour m'occuper de familles produits qui étaient le parquet, le placard, entre autres. La personne avec qui je devais travailler est partie la semaine qui suivait mon arrivée. Je me suis donc retrouvé à faire en même temps de l'achat bois, de la charpente, de l'ossature bois, de l'isolation, enfin tout un tas de produits, ce qui n'était pas forcément prévu. Il a fallu s'adapter.

Et puis au fil du temps, j'ai évolué vers une cellule solutions extérieures avec un collègue commercial — qui n'est plus là maintenant —, concernant les étancheurs, bardeurs et façadiers, pour proposer des services clé en main sur ces chantiers. Ils sont un peu différents des chantiers habituels, puisque là, on n'est pas sur du client artisan avec de la visite hebdomadaire et des commandes toutes les semaines. On est plutôt sur du suivi de chantier au long cours, sur des inerties qui vont aller de six mois à un an, un an et demi entre les missions d'un devis et le passage de commande. Il y a du suivi de chantier, de la lecture de plans à avoir, de la solution technique à trouver, enfin toutes ces choses-là. Donc ça évolue tout le temps.

Sara

Quels ont été tes plus grands défis et comment tu les as surmontés ?

Jean-Baptiste

J'étais trop rigoureux et trop intransigeant dans mon approche, qui est une approche purement technique. Il a fallu que j'ajoute de la rondeur par rapport au commerce et que je n'aie pas des réponses trop tranchées, mais plus nuancées. Le but était d'essayer de faire avancer les choses de manière un peu différente par rapport à la technique où, en général, la rigueur est plutôt gage de réussite...

Sara

Et du coup, cette rondeur, qu'est-ce qui t'a amené justement à la faire valoir ?

Jean-Baptiste

Il y a eu un mixte de choses. C'est-à-dire qu'au quotidien, je me suis aperçu qu'effectivement il y avait un problème sur la communication qui n'était pas toujours

optimisée. On a eu des formations, parce qu'on a la chance d'avoir plein de formations intéressantes et enrichissantes. On a notamment eu une formation sur le DISC, qui est un système permettant d'identifier quatre grands traits de personnalité et du coup de savoir à peu près comment approcher et aborder les choses.

Et puis surtout, il y a eu un accompagnement des collègues qui, très sereinement et intelligemment, me disaient : « Tiens, là, tu devrais peut-être essayer d'aborder le sujet de telle manière pour que ce soit un peu moins direct et que ça passe mieux auprès de tout le monde. »

Sara

Est-ce que tu penses que ces formations elles t'aident encore au quotidien maintenant ?

Jean-Baptiste

Oui, oui, oui, indiscutablement. Ça permet réellement de savoir comment adapter le discours à l'interlocuteur.

Sara

Est-ce que vous avez des formations techniques aussi régulièrement ?

Jean-Baptiste

Alors il y en a. Mais en général, c'est plutôt moi qui les dispense, les formations techniques. Sur l'agence, on est environ 25 personnes et quasi tous ceux qui sont en poste aujourd'hui, je les ai vus arriver. À un moment ou un autre, je suis donc intervenu dans leur cursus de formation pour les former sur les produits et sur la mise en œuvre des produits. Comme cela, tout le monde sait, au moins d'un point de vue théorique, mettre en œuvre les différents produits et, par conséquent, cibler le produit adapté aux besoins du client.

Sara

Pour parler justement un peu plus de ton métier et de ton quotidien, est-ce que tu peux nous décrire une journée type dans ton rôle de commercial et coordinateur technique ?

Jean-Baptiste

Alors ça va consister en plusieurs choses. Pour la partie solutions extérieures, qui s'occupe des étancheurs et façadiers, il y a toute la partie back-office et accompagnement technique : la rédaction de devis, le décryptage de CCTP, la lecture de plans pour pouvoir faire coïncider budget, besoins, produits et possibilités clients/fournisseurs. Il y a donc aussi une partie de sourcing qui se met en place dans tout ce système.

En parallèle, j'ai aussi un accompagnement technique en fonction des besoins sur les commerciaux généralistes ainsi que sur les collègues en interne, puisque je suis tombé dedans quand j'étais petit il y a maintenant quelques années.

Sara

Est-ce qu'il y a des missions dont tu as la charge qui sortent un peu plus de ton quotidien ?

Jean-Baptiste

Oui, bien sûr. Je me rappelle de Stéphane, notre patron, qui arrive un soir dans mon bureau en me disant : « Tiens Jean-Baptiste, on a eu une idée, on se dit qu'on ferait bien des tutos pour mettre en avant les produits et apporter des solutions techniques à nos clients. Et puis on pensait à toi, qu'est-ce que tu en penses ? »

En dix secondes, j'ai mis le doigt dans un truc où, effectivement... Ça doit faire trois ou quatre ans maintenant que ça dure, on s'amuse largement bien à faire les tutos et les retours sont plutôt positifs.

Sara

Est-ce que tu trouves qu'en tant que coordinateur technique, il y a aussi pas mal de veille technologique à faire sur les outils, sur les formations, etc., que tu amènes auprès des collaborateurs ?

Jean-Baptiste

C'est obligatoire. On ne peut pas ne pas se tenir au courant de l'évolution des normes, de l'évolution des produits. Il faut forcément toujours avoir une oreille et un œil attentifs pour pouvoir être à la page. Sinon, on s'endort sur des acquis qui ne sont plus les bons assez rapidement.

Sara

Et du coup, les tutos, c'est un peu plus dans le monde du digital. Est-ce que ça t'est arrivé de prendre les tutos que tu avais réalisés avec l'équipe marketing et de les amener en formation plutôt pour les collaborateurs, pour leur montrer les choses que tu avais mises en place ?

Jean-Baptiste

Bien sûr, à plusieurs titres. À la fois pour les collaborateurs, où périodiquement on se fait en salle de réunion du visionnage de tutos pour mettre en avant justement... En début de saison de terrasse, on parle de la terrasse. Enfin voilà, il y a différentes interactions.

Et également vis-à-vis des clients, puisque l'essence des tutos n'est pas forcément de les mettre à disposition, mais aussi de proposer aux clients d'aller les voir. C'est-à-dire qu'une brève explication au téléphone peut suffire parfois, mais quand il y en a besoin : « Allez donc voir tel tuto, je vous envoie le lien », ou même on le visionne ensemble en étant à distance. C'est un côté qui est très pratique, facile, tout le monde a un smartphone. C'est un outil qui est quand même assez agréable à utiliser et plutôt pertinent pour les clients.

Sara

Qu'est-ce qui te plaît le plus dans ton travail ?

Jean-Baptiste

L'innovation, la variété, le fait de ne jamais faire la même chose et de toujours être à la recherche de solutions différentes pour pouvoir avancer.

Sara

Est-ce que tu trouves que tu continues d'apprendre tous les jours malgré tes années d'expérience ?

Jean-Baptiste

Oui, indiscutablement. Il y a toujours un œil différent, la question à laquelle on n'avait pas pensé parce que, pour nous, la réponse paraît évidente. En fait, ça peut à certains moments bousculer. Quelqu'un qui ne comprend pas forcément tout à fait ce qu'on lui explique ou qui a approché le problème de manière très différente, ça remet en cause justement les acquis et ça permet d'avancer et d'améliorer les choses.

Sara

Selon toi, quelle importance a le produit dans ton quotidien ?

Jean-Baptiste

Il est au centre de la journée, au même titre que le client. En fait, je pense que les deux sont à égalité. C'est-à-dire que l'objectif est toujours de trouver l'équation entre le besoin du client et nos possibilités produit (soit en stock, soit en commande spéciale) pour que tout ça coïncide au mieux. Donc le produit fait vraiment partie intégrante de la démarche qu'on doit avoir au quotidien.

Sara

Toi, tu es au centre de pas mal de collaborateurs. Du coup, comment se passe le travail en équipe ?

Jean-Baptiste

Super bien ! On a évidemment tous nos personnalités, nos points forts, nos points faibles. Mais ce qui est intéressant, c'est que justement, une fois qu'on a réussi à dépasser le stade de l'égo ou de la timidité pour ne pas oser poser la question soi-disant bête... Comme je répète souvent aux collègues et surtout aux nouveaux arrivants : la question la plus bête de ta vie sera celle que tu ne poseras jamais.

Je pense que ça résume assez bien les choses. Il n'y a pas de questions idiotes, il faut avancer, se poser des questions. Les collaborations peuvent être assez intéressantes, et les tutos en sont un excellent exemple. Je n'ai jamais été acteur de ma vie, je me retrouve propulsé dans ce rôle et cette fonction avec des collègues que je connais peu (puisque géographiquement on est assez séparés), et finalement tout s'imbrique plutôt bien. Les résultats sont probants, tout le monde s'amuse, et le tuto est certes du travail, mais aussi un moment plutôt d'échange et de partage qui est très sympa.

Sara

Pour parler un peu plus de l'entreprise, comment tu pourrais nous décrire la culture d'entreprise chez Descamps ?

Jean-Baptiste

C'est de mettre le client au centre du sujet. À partir de là, il faut qu'on s'emploie à trouver le maximum de solutions pour apporter de la plus-value et du service à nos clients. L'entreprise a été jusqu'à racheter un atelier complet pour faire du parachèvement de panneaux, afin de pouvoir proposer un service supplémentaire au client. L'objectif étant réellement d'apporter un package et une solution globale à chaque sujet.

Sara

Est-ce que tu peux nous parler un peu plus des valeurs de l'entreprise ?

Jean-Baptiste

Pour les valeurs, on retombe sur des choses qui sont assez communes aux différents collègues qui ont fait également des podcasts. C'est-à-dire qu'on est sur des valeurs humaines, des valeurs de partage, des valeurs d'évolution en commun.

Il y a une anecdote qui me vient à l'esprit et qui est assez intéressante. On a un collègue qui a pris sa retraite et qui est parti au bout de grosso modo une vingtaine d'années. À l'époque, Stéphane était responsable d'agence à Goussainville. Il y a eu un pot de départ, bien évidemment avec les familles des uns et des autres, parce que 20 ans de collaboration, ça ne s'oublie pas. Tout le monde avait de l'émotion dans la voix. Il y avait du mal à finir son discours, alors qu'habituellement ce sont des gens qui sont parfaitement à l'aise sur l'oralité. Mais là, on sentait qu'il y avait une émotion qui était en place et c'était un moment plutôt intéressant.

Sara

Est-ce que tu trouves que ce lien ressenti entre la direction et certains collaborateurs se ressent aussi au quotidien ? C'est-à-dire, est-ce que la discussion est très verticale ou est-ce qu'il y a un échange qui se fait ?

Jean-Baptiste

Elle est au contraire très horizontale. La pyramide est très, très courte, il n'y a que quelques strates et tout le monde reste accessible. On peut aller voir, que ce soit un responsable d'agence ou un responsable achats, enfin tout un tas de profils entre guillemets un peu élevés, on y accède on ne peut plus facilement. Depuis des années, le tutoiement est de rigueur et celui qui sait propose, celui qui ne sait pas écoute, quel que soit le niveau des uns et des autres.

Sara

Quels sont les conseils que tu donnerais à quelqu'un qui envisage de faire ton métier ?

Jean-Baptiste

Il faut qu'il fonce, il faut qu'il s'intéresse à tout. Il faut être curieux, être à l'écoute et ne pas hésiter à s'exposer, à être force de proposition.

Sara

Est-ce que tu penses aussi que c'est un métier où il faut être tout le temps en veille et du coup se remettre en question tout le temps ?

Jean-Baptiste

Évidemment, ça rejoint ce qu'on se disait tout à l'heure : la veille technologique est extrêmement importante. Un nouveau produit qui sort de chez un fabricant ou un fournisseur, on va devoir s'approprier le produit, trouver ses points forts et ses points faibles pour pouvoir mettre les choses en avant et, encore une fois, apporter la meilleure solution possible à notre client.

Sara

Et du coup, pourquoi venir le faire chez Descamps ?

Jean-Baptiste

Parce que c'est une entreprise où les choses sont plutôt intéressantes. Le fait qu'il y ait peu de verticalité n'est pas écrasant. On peut s'exprimer, donner son point de vue, apporter des choses, y compris des choses qui pourraient de prime abord sortir des sentiers battus. Il y a toujours une oreille attentive. Après, les choses sont retenues ou pas, il y a bien évidemment des arbitrages à avoir, mais c'est en tout cas toujours fait dans le bon sens et pour avancer vis-à-vis du client.

Sara

Merci beaucoup pour ton témoignage, ça m'a fait très plaisir de te recevoir !

Jean-Baptiste

Eh bien, plaisir partagé Sara ! À très bientôt.

Sara

A très bientôt. Pour en savoir plus sur l'entreprise familiale Descamps Bois, rendez-vous sur notre site internet www.descamps-bois.fr, rubrique Podcast ou Recrutement. À bientôt !