

# ZOOM SUR

Frédérique GRIGOLATO,  
Directrice Offres, Marketing et Innovation.

## SAINT MACLOU

### Du sol à l'univers déco

Qui ne connaît pas Saint Maclou ? Personne ! Première entreprise de pose de Sol en France depuis 55 ans, elle fut créée par Gonzague Mulliez en 1963. Les Tapis Saint Maclou sont donc lancés pour vendre des tapis et des moquettes par correspondance.

L'entreprise a toujours su adapter son offre et ses services pour aujourd'hui s'affirmer comme acteur référence du service et de l'accompagnement client dans l'univers de la décoration du sol du mur et de la fenêtre.

#### CARTE D'IDENTITÉ



- NOM DE L'ENTREPRISE : SAINT MACLOU
- SITE WEB : [www.Saint-Maclou.com](http://www.Saint-Maclou.com)
- CA GROUPE POUR 2020 : 300 M€
- NOMBRE DE COLLABORATRICES ET COLLABORATEURS : 1500
- FONDÉE EN 1963



#### Présentation du GROUPE

##### Pouvez-vous nous présenter Saint Maclou ?

Entreprise française de plus de 50 ans, l'ADN de Saint Maclou est avant tout industriel et artisanal. Preuve en est, elle fabriquait par le passé ses propres moquettes. A proximité des bureaux, dans les anciens locaux de l'usine, les vieilles machines permettant la fabrication des rouleaux de moquette dorment encore... La croissance de Saint Maclou est atypique d'abord avec une extension de produits qui a fait la notoriété de l'entreprise. et de la pose sur-mesure qui ont fait le vrai savoir-faire de Saint Maclou.

Si son image reste traditionnelle, elle amorce depuis quelques mois le virage de la modernité par l'omnicanalité. Saint Maclou s'oriente vers des produits de qualité (et) exclusifs de l'univers de l'aménagement et de la décoration.

Autrement dit, chez Saint Maclou, on achètera les produits tendance qu'on ne trouvera pas ailleurs.

La gamme de Saint Maclou, à travers ses 140 magasins en France, s'étoffe dans sa largeur allant des sols stratifiés, aux parquets, en passant par les rideaux, les coussins, tapis et stores, le tout sur-mesure ! Saint Maclou a donc su évoluer avec son temps. Aujourd'hui, fort de ce concept déco renforcé, l'entreprise communique sur ce changement.

Saint Maclou c'est aussi 140 magasins en France, plus de 1500 collaborateurs et un chiffre d'affaires de 300 millions d'euros sur un marché du faire-faire en plein développement. Nous disposons d'une équipe de 800 poseurs qui travaillent exclusivement pour nous et sommes les seuls à proposer ce service complet du produit à la pose.

Au final Saint Maclou a su conserver son savoir-faire artisanal et industriel avec des produits exclusifs qui répondent aux nouveaux besoins de sa clientèle.

##### Qui sont vos clients ?

Notre positionnement d'artisan nous permet d'avoir accès à des gammes de produits de qualité, accessibles, durables. Nos produits sols, murs, rideaux et stores répondent à tous les besoins des habitants. Chaque besoin client, chaque moment de vie est orienté vers une gamme. C'est notre nouvelle stratégie. Ainsi, pour un étudiant qui dispose d'un petit budget pour son logement nous pourrions lui proposer, par exemple, un vynile/lino de qualité. Pour quelqu'un qui dispose d'un budget serré car ayant déjà investi dans l'acquisition de son bien, nous proposons des produits adaptés à son investissement.

... / ...

Votre enfant va quitter la maison pour prendre son indépendance et vous voulez réaménager sa chambre, ici encore nous intervenons en proposant un service sur-mesure et des conseils adaptés.

Notre promesse : proposer le bon produit, au bon prix, adapté au bon moment de votre vie, un produit de qualité conçu et fabriqué en Europe. Nous devenons non plus le magasin des grands-parents, mais celui des enfants, de la famille et ce tout au long de la vie !

### Comment pensez-vous que la conso va évoluer ?

Les confinements et la Crise de la Covid-19 ont profondément modifié notre marché. Les clients et consommateurs cherchent avant tout à être bien chez eux, à construire leur cocon. C'est une révolution. En parallèle, les mesures nous obligeant à fermer nos

magasins durant les confinements nous ont poussés à nous adapter. C'était un challenge et nous l'avons relevé dans des délais records. Ainsi, en quelques semaines en Mars 2020 », nous avons mis en ligne, un site web marchand, dont la V2 sera présentée en septembre. Et autour, nous avons développé de nombreux services attendus par les habitants. Par exemple : la e-réservation, qui fonctionne encore très bien, qui permet à ceux qui souhaitent voir avant d'acheter de disposer d'un rendez-vous en magasin, d'avoir des conseils personnalisés de nos vendeurs et de trouver le bon produit.

Nous sommes aussi le Doctolib du Bricolage en proposant à nos clients des rendez-vous en ligne pour disposer d'un accueil privilégié en magasin, en visio ou directement à domicile. La crise a amplifié la nécessité impérieuse d'une relation privilégiée dans un contexte sanitaire sécurisé.

Ces services ont été mis en place il y a tout juste un an et rencontrent un franc succès. D'autres services seront lancés courant septembre/octobre avec toujours ce souci de faciliter la vie de nos clients et de leur permettre de se projeter dans leur habitation.

Cette tendance à la personnalisation est devenue structurante et le sera encore dans les mois à venir là où près de 7 français sur 10 veulent changer de vie, d'environnement en quête de mieux être.

### Comment avez-vous pris le virage numérique ? Quels ont été les résultats ?

Nous avons pris le virage numérique au début de la crise. Nous avons deux choix : attendre ou nous prendre en main. Nous avons opté pour la seconde option. Aujourd'hui, le web en tant que pure player enregistre de très bons résultats.



« Les confinements et la Crise de la Covid-19 ont profondément modifié notre marché. Les clients et consommateurs cherchent avant tout à être bien chez eux, à construire leur cocon. »

Notre volonté, dans un contexte client omnicanal était de répondre aux besoins de nos clients. Mais le web ne fait pas tout. Nous avons aussi capitalisé sur les savoir-faire de Saint Maclou, de ses vendeurs experts qui connaissent leur métier et aiment accompagner et conseiller les clients sur des projets d'aménagements, car on ne refait pas son sol tous les jours, et bien sûr sur nos équipes de poseurs qui maintiennent ce lien.

Ce virage numérique a aussi été accompagné d'une stratégie orientée vers un rajeunissement de la clientèle.

Nous avons ainsi misé sur une communication didactique, accès sur le produit et plus légère, tout en restant une entreprise où la confiance est de rigueur. Les résultats sont au rendez-vous avec un excellent NPS à plus de 60 et une notation sur Google de 4,1, preuve que nos clients sont satisfaits ce qui n'est pas simple pour une entreprise positionnée sur du faire faire.

### Comment en interne, avez-vous organisé ce virage ?

Avec la crise de la Covid-19, la réorganisation a été assez simple.

L'équipe était petite et avait bien conscience qu'il fallait évoluer pour répondre aux besoins et urgences de nos clients. Nous nous sommes retroussé les manches et avons beaucoup travaillé en posant les bases d'une équipe multicanale.

Autrement dit, nous avons réorganisé une équipe polyvalente en pôle de compétences : autour du recrutement client, de la fidélisation de la performance et amélioration du site web, de l'innovation, d'UN service clients web et magasin. Nous avons créé un pôle étude et un pôle contenu. Nous recruterons encore pour étoffer nos compétences en 2022.

Ces grands changements se sont bien passés, comme je pense dans beaucoup de sociétés où la crise a été un accélérateur. Chacun avait bien en tête « *ou je ne fais rien et le mur arrive ou je bouge* ».

Et puis chez Saint Maclou, les équipes sont engagées et motivées et ont relevé le challenge du changement avec beaucoup de dynamisme et de bienveillance. Un an après, nos objectifs sont couronnés de succès dans cet esprit d'entreprise artisanale.

### Quels sont vos projets en cours ?

Un seul mot d'ordre : l'humain. Nous allons dans l'avenir remettre l'humain au cœur de tout aussi bien en interne que pour nos clients. Et les projets sont nombreux dans une entreprise qui souhaite accompagner ses clients le mieux possible !

