



Informier et convaincre grâce à une salle d'exposition

Clients exigeants, anxieux et parfois un peu perdus... Pascal Kesler pratique la pédagogie pour justifier ses devis. Ce chauffagiste intraitable avec la qualité s'appuie désormais sur sa salle d'exposition pour montrer et expliquer le matériel, afin d'accélérer la prise de décision.



Avant, Pascal Kesler avait recours au système D : organiser des visites d'installations chez des clients et montrer des photos de références. Désormais, sa salle d'exposition lui permet d'accueillir ses clients chez lui afin d'argumenter plus facilement sur les différentes solutions énergétiques.



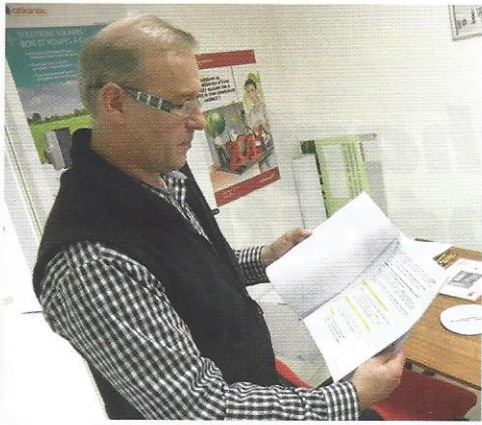
Les clients sont de plus en plus exigeants et difficiles. Mais entre personnes exigeantes, on s'entend bien !» Face à une concurrence de plus en plus féroce, Pascal Kesler ne ménage ni son temps ni sa peine pour défendre ses devis. Il passe en moyenne deux heures chez un client, pour analyser les besoins, expliquer et convaincre. «C'est un minimum lorsque l'on doit réaliser une installation de chauffage central !», explique ce chauffagiste chevronné qui ne fait aucune concession à la qualité. Chaque client bénéficie d'une étude thermique qu'il réalise lui-même à l'aide d'un logiciel de fabricant. Si nécessaire, en cas de doute, il fait valider ses calculs par un bureau d'études. «Un devis, chez moi, s'accompagne toujours d'une étude de 10 à 15 pages. Je ne quitte jamais un client sans avoir examiné l'isolation

de sa maison, quitte à lui dire qu'il doit d'abord résoudre ou changer ses fenêtres avant de remplacer sa chaudière. Cela correspond à une certaine vision du métier et de la qualité que je défends.» Telle est la vision de ce chauffagiste titulaire des appellations Qualisol Combi, QualiPV, Qualibois, Qualifioul, QualiPAC, «Pro de la performance énergétique», formé à la thermographie, à l'accessibilité des personnes à mobilité réduite, à la RT 2012 et titulaire d'une mention «prestation excellente» dans son rapport d'audit QualiPAC.

Avant de prendre les commandes de son entreprise Kesler Chauffage, Pascal Kesler a longtemps exercé chez le fabricant Viessmann. Son rôle consistait alors à accompagner le lancement des

nouveaux produits en formant les installateurs et en les assistant sur les mises en service. Une école d'exigence où il aigüise son intérêt pour les énergies renouvelables. Lorsqu'il se met à son compte en 2003 en reprenant l'entreprise d'un de ses anciens clients, il y installe sa passion pour le solaire, le bois et les pompes à chaleur. «Ça a permis d'élargir l'activité et





Un devis de chauffage s'accompagne systématiquement d'une étude thermique de 10 à 15 pages validée, si besoin, par un bureau d'études.

C'est de ce constat qu'est née l'idée de créer une salle d'exposition. Les locaux existaient : un vaste dépôt de 450 m² à Pulnoy, aux portes de Nancy. «Il suffisait de se donner les moyens de le faire». L'expo est aménagée dans le prolongement du bureau d'accueil, sur une surface totale de près de 140 m². Coût de l'investissement : environ 50 000 €. Elle est organisée par énergie : bois bûches et granulés, chaudières gaz, solaire thermique, thermodynamique, fioul, plancher chauffant, sans oublier le sanitaire avec notamment une

baignoire balnéo et un coin adapté aux personnes à mobilité réduite. Pour chaque espace, un tableau d'affichage présente des installations réalisées par l'entreprise, tandis que des vidéos sont diffusées en boucle sur un écran.

Pour son ouverture en novembre, Pascal Kesler a organisé une semaine de portes ouvertes, appuyée par l'envoi de 2000 courriers et une campagne média dans la presse locale. Résultat : une quinzaine de commandes. Pas si mal en ces temps difficiles... ●

d'ouvrir l'esprit des monteurs. Ils sont allés se former pour apprendre à réaliser des installations beaucoup plus élaborées, par exemple des raccordements de régulations.» La technique, toujours la technique. Sauf qu'aujourd'hui, l'argument ne semble plus suffire. «Il faut justifier pourquoi on se retrouve parfois quelques centaines d'euros plus cher qu'un concurrent. Il faut montrer quels organes font monter la facture, expliquer pourquoi nous les jugeons indispensables. Le client entend tellement de choses qu'il est un peu perdu, en fait. Il observe des écarts de prix importants d'un devis à l'autre, et veut comprendre ce que cela signifie. Désormais, le client a besoin de voir afin d'être rassuré.»



L'espace sanitaire et mobilité réduite.

