# Catherine Martini, l'atout charme de Rhéavendors

Parce que son agenda à géométrie variable ne connaît pas de journée-type et à défaut de la suivre pendant ses visites chez les gestionnaires, la responsable de secteur Paris et Nord-Ouest de Rhéavendors a accepté de recevoir la Rédaction de DA MAG dans son agence commerciale.

Son agenda toujours à portée de main et l'oreille discrètement attentive au moindre soubresaut de son smartphone, Catherine Martini peut s'enorgueillir de compter parmi ces rares femmes à s'imposer dans l'univers très masculin de la distribution automatique. *« En arrivant chez Rhéavendors en 2004, l'entreprise avait peu de choses à défendre sinon une solide réputation basée sur la commercialisation de matériel de qualité »*, se souvient-elle, amusée. Mais surtout, lorsque la jeune femme s'est vu confier le développement de l'activité parisienne du fabricant, elle ne bénéficiait d'aucune base géographique hormis le siège de l'entreprise à Echirolles, près de Grenoble. Tout en construisant son portefeuille de clients, une de ses premières batailles fut de trouver *« une adresse parisienne à proximité du périphérique »*. Mission accomplie puisque quelques mois plus tard, l'agence commerciale de l'avenue Jean-Jaurès (Paris 19ème) ouvrait ses portes. Aujourd'hui, cette adresse est un lieu de réflexion où, entre chaque déplacement, Catherine Martini accueille ses clients autour d'un café et leur présente les équipements Vending et HoReCa commercialisés par Rhéavendors.

*Le secteur géographique animé par Catherine Martini représente 35 % de l'activité de Rhéavendors France*

## Sécuriser et optimiser le chiffre d'affaires

A partir de son quartier général faisant office de show-room, Catherine Martini anime un périmètre couvrant Paris, l'Ile de France et une large région Nord-Ouest. Aussi, pas question de compter les heures de travail ou celles passées au volant de sa voiture à sillonner les routes de France, quitte à passer quelques nuitées loin de sa famille. Habilement épaulée par son binôme technique Sébastien Coustenoble, *« ma mission est de gérer le plus efficacement possible un portefeuille d'une centaine de clients »*, explique-t-elle humblement. Dans un environnement très concurrentiel, *« il faut partir du principe qu'un client n'est jamais définitivement acquis. Je suis donc en relation permanente avec chacun d'eux, chaque demande fait l'objet d'un traitement personnalisé et nos relations sont fondées sur une confiance réciproque »*. En toute légitimité, cette commerciale confirmée cherchera à susciter de nouveaux besoins, mais *« cette démarche se fera toujours à bon escient, jamais au détriment des intérêts des gestionnaires »*.

## Apporter des solutions personnalisées

*« Dans un contexte de crise, il est particulièrement gratifiant d'accompagner un client en lui proposant des leviers qui lui permettront d'augmenter ses marges, ou de le conseiller sur le remplacement d'un automate »*, concède-t-elle en démontrant discrètement *« la nécessité d'ajouter un module snacking à un équipement de boissons chaudes, ou le bien-fondé des kits de sirops en BIB pour la réalisation de boissons gourmandes »*. Chaque rendez-vous fait l'objet d'une préparation détaillée « à l'ancienne ». Dans un épais cahier qui ne la quitte jamais, Catherine Martini griffonne régulièrement les éléments qui, le moment voulu, nourriront ses préconisations notamment en termes de services. *« Nous avons dernièrement mis en ligne un nouveau site web pour permettre à nos clients de télécharger les documentations commerciales, les étiquettes de sélection, les photos de machines en situation, les nouveaux softs, ou de visionner des vidéo trainings pour certaines opérations de maintenance… »*, détaille-t-elle.

*« Ecoute, confiance réciproque et disponibilité sont des valeurs fondamentales »*

Dans un contexte tendu, cette notion de services est essentielle. C'est ainsi que les machines sont préparées à façon en mode Plug and Play et les délais de livraison respectent des créneaux minimum. *« 90 % de nos commandes de machines sont honorés à J+5 et 96 % de celles de pièces détachées sont livrés à J+1 »*.

Si Catherine Martini s'applique à rencontrer ses clients le plus souvent possible et de façon conviviale, certains ne peuvent pourtant pas se déplacer à Paris. Pour rester connectée à ces professionnels, elle a organisé au printemps 2012 un « mini-salon Rhéavendors » à Nantes où étaient exposées les dernières nouveautés. Devant le succès de cette manifestation, elle a décidé de réitérer « l'expérience » dans d'autres villes en 2013. *« Je serai prochainement équipée d'une tablette tactile, mais j'en réserverai son usage aux seules présentations qui l'exigent. Nous évoluons dans une profession où le multimédia est omniprésent, mais en aucun cas ces outils ne doivent perturber le dialogue »*. Rester maître(sse) de la situation en toutes circonstances pourrait bien être sa devise. ■

SM

**Dame de cœur**

Derrière cette quadra élégante à l'allure assurée et toujours soignée se cache la fragilité d'une maman attentive à l'équilibre de sa progéniture. Avec l'arrivée de Margaux il y a 9 mois, la vie de Catherine Martini a pris un nouveau virage. Finis les entraînements au semi-marathon, les soirées jusqu'à point d'heure et le shopping intempestif entre copines ! En mère de famille responsable, elle ajuste son rythme à celui de sa petite fille qu'elle regarde grandir avec une admiration non dissimulée. Mais dès que possible, elle ajoutera quelques séances de fitness à un emploi du temps déjà bien chargé. Histoire de garder la forme et d'évacuer l'excès d'énergie qui l'anime.