

**RENCONTRE AVEC ALICIA PEDROTTI**, RESPONSABLE MARKETING,  
**ET VINCENT SALON**, DIRECTEUR DE LA MAINTENANCE ET DU SERVICE APRÈS-VENTE HVAC CHEZ GENISTA

# Un petit plus à l'expérience client

*Experte dans les domaines de l'HVAC, de la sécurité, de l'électricité et du smart home, la société Genista prévoit, dans le cadre de sa stratégie de digitalisation, d'agrandir son offre de services en ligne pour faciliter tant la souscription de contrats que la gestion des interventions d'entretien et de maintenance.*



## **Comment le service maintenance de Genista est-il organisé ?**

**Vincent Salon :** Il se divise en deux pôles : le pôle HVAC, que je dirige, compte une cinquantaine de personnes et réalise 6,5 millions d'euros de chiffre d'affaires annuel et le pôle sécurité, dirigé par Antony Cerone, qui regroupe 12 personnes pour un peu plus d'1,6 million de chiffre d'affaires. Mais tous nos clients ont un seul et unique interlocuteur.

**Alicia Pedrotti :** Nous vendons la maintenance dans sa globalité, avec toutes les différentes techniques. C'est ce qui fait notre force. Nous travaillons essentiellement en B2B (résidentiel, tertiaire, industriel), mais aussi en B2C.

## **Où en êtes-vous avec la digitalisation de ce service ?**

**V. S. :** Nous avons un ERP (progiciel de gestion intégrée) qui comprend une partie GMAO (gestion de maintenance assistée par ordinateur). Tout passe par cette GMAO : on peut y établir les plannings des techniciens, gérer les ressources humaines, planifier les interventions préventives en fonction des contrats et y ajouter des interventions ponctuelles, éditer des rapports détaillés sur les consommations

énergétiques des sites des clients, le nombre et les délais d'intervention, on peut gérer notre stock... La GMAO nous permet de gagner en temps et en efficacité.

## **Quels sont vos atouts en matière de maintenance ?**

**V. S. :** D'abord, le volume de notre équipe. Le domaine de l'HVAC est très vaste et nous avons suffisamment de techniciens pour gérer chaque partie. Chauffage, ventilation, froid..., toutes ces techniques nécessitent des compétences particulières. Nous n'avons pas un technicien capable de gérer dans le détail toutes les techniques, marques et équipements, mais nous avons suffisamment de techniciens pour pouvoir envoyer « le bon », en fonction de l'intervention et du client. L'approche n'est pas du tout la même sur un petit site que sur un site plus grand.

Tous nos techniciens sont expérimentés, qualifiés et formés régulièrement, tout comme le reste de l'équipe : ingénieurs, chargés d'affaires qui sont capables de gérer des sites quelles que soient leur taille et leurs spécificités.

**A. P. :** Nous avons aussi une expérience longue de nombreuses années à faire valoir, ainsi que tout ce ►

que nous mettons en place actuellement pour nous réadapter sans cesse aux exigences toujours plus grandes du marché, et qui fait notre notoriété.

### Quels types de contrats proposez-vous ?

**V. S. :** Nous avons une multitude de types de contrats d'exploitation et de maintenance, dont des contrats omnium – c'est-à-dire en garantie totale - qui permettent au client de ne pas se soucier d'une casse ou d'un remplacement éventuel de matériel : nous les prenons en charge en lissant en partie l'investissement. Nous souhaitons aussi développer des contrats d'efficacité énergétique avec clause d'intéressement, ce qui signifie que nous nous engagerions contractuellement auprès de nos clients à une baisse chiffrée de leur consommation énergétique, en identifiant des investissements sur certains matériels et en proposant une conduite de maintenance optimisée. Cela peut être très intéressant pour le client et, vu notre expérience, nous avons notre carte à jouer.

**A. P. :** Ce type de contrats est aussi applicable dans les domaines de la sécurité et de l'électricité. On va parler de remplacer un matériel d'éclairage énergivore par des LED, par exemple. La satisfaction du client fait partie de nos objectifs et de notre stratégie. Nous avons tous à y gagner à adopter des comportements écoresponsables et à faire des efforts sur la réduction des consommations, donc des coûts.

**LE MARCHÉ EST  
DEMANDEUR DE  
SOLUTIONS SIMPLES,  
EFFICACES ET RAPIDES.  
C'EST EXACTEMENT CE  
QUE NOUS PROPOSONS**

**Vous avez lancé un nouveau service en octobre 2020 : Click to Contract.**

**Pouvez-vous nous en dire plus ?**

**A. P. :** Il s'agit d'un outil 100 % digital qui permet à nos clients privés de souscrire un contrat de maintenance en ligne ou une simple révision de leur équipement de chauffage, ventilation, climatisation et sécurité.

Le process est simple : sur notre site, le client choisit son équipement (chaudière ou autre périphérique) ainsi que sa période de révision. Nous avons défini trois périodes qui sont tarifées différemment. Cela nous permet de mieux gérer notre planning et d'éviter les périodes de rush. L'intérêt pour le client est de bénéficier de réductions s'il programme sa maintenance de façon anticipée. Sur le portail mygenista.lu, il peut retrouver son contrat, ses documents de conformité, ses certificats et suivre ses paiements qu'il peut effectuer en ligne par carte bancaire.

Le service Click to Contract a été développé pour répondre à la stratégie digitale de l'entreprise. Le marché est demandeur de solutions simples, efficaces et rapides. C'est exactement ce que nous proposons. Le client peut désormais gérer lui-même sa propre demande d'entretien, en quelques clics et en quelques minutes à peine. En cas de problème en termes d'information sur l'équipement, toute une équipe back office est à sa disposition. Et, pour notre équipe, cette solution apporte davantage de confort. Genista est précurseur sur ce type d'outil qui, bien au-delà de la demande de devis en ligne, est un processus complet. Dans le cadre de notre stratégie digitale, nous avons développé un autre projet : gAlarm qui propose des systèmes d'alarme sans fil en contrat de leasing ([www.galarm.lu](http://www.galarm.lu)).

Un plan de communication a été établi pour promouvoir le service : nous avons fait des efforts marketing au niveau digital, nous avons déployé une campagne de lancement en octobre 2020 qui nous a permis d'avoir un bon départ et nous allons continuer les actions tout au long de l'année.

Je précise que Click to Contract est un petit plus que nous apportons à l'expérience client, l'objectif n'est pas du tout de remplacer l'humain.

Mélanie Trélat

**Pour en savoir plus :**  
[genista.lu](http://genista.lu)

