



Le groupe DEYA présente sa nouvelle stratégie de marque

lundi 4 juin 2018, par [lpe](#)

Le Groupe DEYA (La Crèche 79), acteur français majeur des produits de second œuvre bâtiment, détenu à 100 % par la famille Prévost (CA de 130 millions d'euros pour 650 collaborateurs), annonce le déploiement, au 1er juin, d'une nouvelle stratégie de marques. Celle-ci s'accompagne, entre autres, d'une simplification optimale de son offre de produits et de services, qui se double du renfort d'équipes commerciales dédiées par marque.

Tout miser sur DEYA et KAZED

Se donnant plus que jamais les moyens de se transformer pour accélérer son développement sur un marché en pleine mutation, le Groupe DEYA communiquera désormais sur deux marques commerciales : KAZED et DEYA. À ce titre, Cyril Prévost, Directeur du développement commercial du Groupe précise : « Avec plus de 8 marques propres et 27 segments de produits, le Groupe DEYA avait une image trop floue qui pouvait impacter son efficacité commerciale. L'objectif est d'être plus lisible, simple et efficace pour nos clients. En rationalisant nos marques et en redéployant une organisation commerciale dédiée par marque, c'est toute l'offre du Groupe qui est clarifiée. »

Ainsi, à compter du 1er juin, les marques historiques EDAC, BLOCFER et PAC DAMAS sont amenées à disparaître au profit de la nouvelle marque commerciale DEYA, dédiée aux professionnels du bâtiment (entreprises et distributeurs) qui pourront ainsi accéder à toute l'offre produits du groupe, à l'exception des placards et rangements.

Christophe Coquoin, Directeur commercial DEYA se félicite de cette politique : « Notre nouvelle marque commerciale DEYA remplacera dorénavant les marques EDAC (châssis à galandages et huisseries métalliques), PAC DAMAS (portes métalliques) et BLOCFER (portes bois). Nos équipes commerciales seront plus efficaces avec un discours unique pour nos clients. Nous redevons (enfin) des spécialistes de la porte ! » Une stratégie qui s'incarne d'ailleurs totalement dans la baseline de la nouvelle entité DEYA : "Esprit d'ouverture". Précisons aussi que les distributeurs professionnels Négoce, qui bénéficiaient déjà de l'offre "châssis à galandage", seront désormais accompagnés au quotidien d'une équipe commerciale spécifique baptisée DEYA DISTRIBUTION avec mise à disposition de l'intégralité de l'offre DEYA, notamment en blocs-portes bois et métal.

Quant à KAZED, la marque emblématique grand public, elle étend son offre de placards et rangements aux professionnels et particuliers dans une stratégie résolument omnicanale, comme le confirme Frédéric Perret, Directeur du développement KAZED : « Nous sommes sur un marché en pleine mutation, aujourd'hui 83 % des acheteurs passent par Internet pour faire leur choix ! KAZED étant la seule marque grand public sur son marché, nous devons penser "phygital" en associant réseaux physiques et numériques. Nos partenaires

professionnels et distributeurs pourront rapidement profiter de cette digitalisation de l'offre KAZED qui rendra l'acte d'achat plus simple et efficace. » Le Groupe était historiquement présent chez les principaux professionnels du secteur (entreprises de menuiseries) avec sa marque ROLER. Dorénavant, c'est sous sa marque KAZED que le Groupe continuera à livrer ses portes de placard sur les chantiers de logements tout en présentant une offre plus large à ses clients. Enfin, à l'instar de DEYA DISTRIBUTION, KAZED met en place, pour accompagner ses clients négoce et entreprises, une force de ventes KAZED PRO totalement dévolue.

Plus : www.groupe-deya.com