

Le Club VIPros défie l'inertie du marché BtoB

Face à un contexte économique morose, marqué par des coupes budgétaires, le Club VIPros, premier programme de fidélité BtoB indépendant en France, multiplie les **innovations pour soutenir les ventes et conforter son leadership**.

Depuis le lancement de sa nouvelle plateforme VIPros.fr en mai 2025, le Club se positionne en **partenaire stratégique** pour **tous les acteurs du marché**, offrant des **solutions commerciales simples, efficaces et novatrices**.

Une communauté d'entreprises en pleine expansion

L'élargissement de son périmètre à tous les secteurs du BtoB, effectif début 2025, a propulsé la croissance de VIPros. La communauté compte aujourd'hui plus de **19 000 entreprises membres**, impactant près de **75 000 professionnels**.

Cette popularité croissante s'explique par l'arrivée de partenaires majeurs, comme **Hager**, qui a séduit de nombreux électriciens. Le programme a également gagné en attractivité grâce à des **offres Cashback plus avantageuses** et à la **simplification du programme de fidélité**, étendu désormais à l'ensemble des produits des marques partenaires.

D'autre part, l'**expérience utilisateur** a été profondément **optimisée** : les professionnels n'ont plus à déclarer manuellement leurs achats ; un **simple dépôt du fichier PDF** de la facture permet désormais d'enregistrer la demande et d'obtenir les avantages en quelques jours, rendant l'**accès aux bénéfices plus fluide que jamais**.

Les équipes commerciales, acteurs-clés de la dynamique

Du côté de ses marques partenaires, VIPros a mis au point des **outils inédits** pour **impliquer davantage les équipes commerciales**. Celles-ci disposent désormais d'une autonomie pour proposer à leurs clients distributeurs des **offres Cashback locales et personnalisées**.

Ces promotions, gérables via un **formulaire interactif** et validées par la direction, permettent de **cibler précisément une enseigne, un point de vente, une région ou un département**.

Véritables **leviers "clés-en-main"**, ils restent **maîtrisés** au niveau des **budgets** et des **modalités**. Des supports de communication personnalisés aux couleurs de la marque sont d'ailleurs systématiquement mis à disposition des commerciaux et des distributeurs.

Bosch Professional a mené avec succès un premier test limité fin 2025, ouvrant la voie à un déploiement national dès 2026. Une initiative qui sera rapidement imitée par d'autres partenaires du Club.

La distribution séduite par le Cashback et la fidélisation

Les réseaux de distribution accueillent positivement ces nouveaux dispositifs Cashback locaux, en y voyant un **moyen de dynamiser les ventes dans un contexte également difficile**.

Sans modifier leurs accords commerciaux ni leur informatique de caisse, ils peuvent désormais utiliser ce **nouveau levier promotionnel très en vogue** pour mettre en place de nombreuses **offres dédiées** à leurs propres clients professionnels.

Des opportunités d'autant plus intéressantes pour eux qu'elles sont **entièrement financées par leurs fournisseurs**, qui y voient une alternative plus rentable aux remises traditionnelles, aux retombées souvent incertaines.

Parallèlement, la fidélisation en distribution évolue. **Face** à la lourdeur et au coût des **programmes mono-enseignes**, le programme **VIPros connaît un regain d'intérêt**.

En permettant à chaque distributeur d'**offrir des VIPoints de fidélité par tranche de 10 € dépensés au sein de leurs points de vente**, tous produits confondus, il ne peut que satisfaire les clients, qui peuvent **cumuler dans un même portefeuille** les points cadeaux des fournisseurs et des distributeurs.

Un système qui permet de **toucher l'intégralité de la clientèle d'une enseigne**, y compris les plus petits comptes qui ne sont pas toujours ciblés par les programmes traditionnels.

La quincaillerie Angles, via son site MaxOutil Pro, sera l'un des premiers distributeurs à **adopter ce nouveau dispositif**, ouvrant la voie à d'autres réseaux dans les secteurs du Bâtiment et de l'Agriculture.

Une dynamique qui réunit désormais l'ensemble des acteurs - marques, distributeurs et utilisateurs professionnels -, avec un dispositif unique sur le marché, sans cesse amélioré.

