



Accueil > À la Une > Frédéric Morel : "MonsieurGolf attache une attention particulière à la satisfaction des..."

À LA UNE ACTUALITÉS PORTRAITS

Frédéric Morel : "MonsieurGolf attache une attention particulière à la satisfaction des clients"

Par Jean-Luc Clouard - 16 janvier 2023 70 1

AJOUTER AUX FAVORIS ☆



Frédéric Morel :
"MonsieurGolf attache une attention particulière à la satisfaction des clients"



Listen to this content

Proposé par JeudeGolf/MyGolfMedia

00:00 / 05:03

Sur quels critères choisir son magasin de golf pour acheter son matériel : Le conseil ? le prix ? les posts des réseaux sociaux ? le service ? le proshop du golf où nous avons nos habitudes ? à l'issue de tests et d'essais de matériel ? ...ou au petit bonheur la chance, selon les offres commerciales qui nous tombent sous les yeux ? Avec l'objectif de pouvoir rapidement répondre d'une manière argumentée à cette question, MyGolfMedia a décidé de donner la parole aux vendeurs de matériel de golf en leur posant à tous, sensiblement les mêmes questions. Ligne directrice : Mieux les connaître, et leur demander de détailler à la fois leurs méthodes, et leurs différences avec leurs concurrents. Hasard des circonstances, le premier à avoir répondu (par mail) à nos questions est Frédéric Morel (groupe Lafreto), dirigeant de monsieur-golf.com

MonsieurGolf a vu le jour en 2004 avant d'être racheté par le groupe Lafreto, société par actions, simplifiée, créée en décembre 2007 par Frédéric Morel et son épouse qui souhaitent mieux répartir leur activité hiver (**Glissshop**) / été.

Au 30 juin 2021 (dernier chiffre connu), l'entreprise a réalisé 28 millions d'euros de chiffre d'affaires.

En décembre 2021, le groupe a levé 1,5 million d'euros « pour accompagner la désaisonnalisation de son activité et accélérer son développement international ». Société Générale Capital Partenaires est alors entré au capital de la holding pour un montant de 1,5 million d'euros.

Le site de ventes en ligne qui dispose également d'un point de vente, ouvert à Aubière, au siège social de l'entreprise, près de Clermont-Ferrand, annonce distribuer « plus de 80 marques et 2.300 références ».

Mots clefs de la présentation : « gamme complète », « matériel de qualité », sélection par des « experts », des « marques les plus prestigieuses ».

Que le golfeur ne s'inquiète pas « acheter son équipement sur internet devient un véritable jeu d'enfant » car l'équipe est « à votre écoute pour vous conseiller gratuitement ».

En résumé : « excellents produits à un prix juste, avec la meilleure qualité de service possible ».

Avantages concurrentiels par rapport à la concurrence : La « largeur de la gamme, le choix, la qualité du conseil, l'expérience utilisateur ».

Tous nos conseillers sont des pratiquants et passionnés par le jeu ». « Une de mes priorités », a expliqué Frédéric Morel par mail à mygolfmedia, « est de limiter au minimum le turn-over, la fidélisation des conseillers-experts est essentielle ».

Cela nous permet de nouer des liens forts et une relation de confiance avec nos clients, aussi bien en magasin que sur le web. Nous attachons une attention particulière au service après-vente. Pas question d'abandonner le client post achat, bien au contraire ».

Le groupe Lafreto a enregistré une croissance de + 30% en 2022 et « monsieur-golf se porte très bien, avec une croissance également à deux chiffres ».

Les segments de marché qui se portent le mieux sont « les sacs, les montres et les GPS, mais aussi « les chaussures, le textile et les clubs ». Positionnement : « des prix attractifs pour les golfeurs qui recherchent une bonne affaire », mais aussi une offre de « produits de gamme ».

Raisons du bon fonctionnement de l'entreprise : « notre maîtrise et notre connaissance des bonnes pratiques du e-commerce » et « l'organisation logistique groupe ».

L'entreprise assure pouvoir « expédier plus de 3.000 colis par jour », et « 90% des commandes validées avant 15h sont livrées le lendemain ». Le groupe Lafreto attache « une attention particulière à la satisfaction de (ses) clients » car c'est « dans (son) ADN de commerçant ».

Côté marques, **TaylorMade et Callaway** « sont en forte croissance chez nous et le groupe Acushnet a également de très bonnes performances ».



Lors de la reprise de MonsieurGolf « les fournisseurs étaient sceptiques sur notre projet » car ils pensaient « qu'un acteur n'ayant aucune connexion de près ou de loin dans le milieu du golf, pouvait difficilement se développer et être rentable ».

En s'entourant de la bonne personne, à savoir Stéphane Denis, MonsieurGolf a pu « se développer rapidement et une relation de confiance avec les fournisseurs » a pu être mise en place.

Si **Frédéric Morel** n'a pas nommé les fournisseurs avec lesquels il avait développé les meilleures relations – sans doute pour ne pas chagriner les autres – il assure que les fabricants sont présents « à ses côtés », dans le cadre « d'une relation saine et équilibrée ».

Côté prix, la stratégie de **MonsieurGolf** est « d'être au prix du marché, sans agressivité supplémentaire ».

« Les volumes que nous vendons nous permettent de maintenir une rentabilité dans la moyenne du marché tout en étant aligné sur les prix du marché », détaille encore le PDG de l'entreprise.

« Les acteurs étrangers sont les plus agressifs à ce jour et ce sont eux que nous monitorons en priorité ».

En particulier, « deux sites étrangers (UK/Allemand/ pays nordique) qui ont une force de frappe et un volume d'affaire beaucoup plus important que nous ».

Face à ces acteurs internationaux, « le volume d'affaire que nous traitons est ridicule et notre seul objectif avec monsieur-golf est de rentrer dans la cour des grands européens ».

Il y a « encore beaucoup de chemin à parcourir » mais en s'appuyant sur « une équipe performante et motivée, nous mettrons tous les moyens nécessaires pour arriver à nos objectifs ».

Rechercher

Search

Actualités

A plus de 70 ans, quelle est la priorité d'un golfeur pour son swing ?
18 janvier 2023

Le projet de Théo (10) : Objectif 125mph – Comment gagner 30 mètres au driving ?
16 janvier 2023

Frédéric Morel : "MonsieurGolf attache une attention particulière à la satisfaction des clients"
16 janvier 2023

Où en est l'industrie du matériel de golf avec la responsabilité sociale et environnementale ?
15 janvier 2023