

## Chapitre 37

### Histoires d'amour

Ou

Comment ne jamais **oublier** que c'est le CLIENT qui nous fait vivre

"L'amour du client" est avec la croyance au fait que "l'homme est bon", une des 2 valeurs simples garantes de la cohérence du système complexe de la Fonderie.

Pour que cet amour soit efficace, il faut qu'il soit régulièrement concrétisé par des actions matérielles.

Quelques exemples :

1) Des petits cadeaux mensuels faits par des opératrices et des opérateurs à leurs homologues du client :

En Fonderie, quel que soit le type de fonderie, sable, coquille ou sous pression, et quel que soit l'alliage, on repousse le front de métal liquide chargé d'oxydes, dans des parties attenantes aux pièces que l'on sépare après coulée pour être recyclées : les talons de lavage.

On ne sait plus qui eut l'idée de donner des formes « marrantes » à ces talons de lavage et d'en faire cadeau tous les mois à nos clients sur chaîne, en mettant, tous les mois, quelques milliers de ces petits objets parmi les pièces :

Il y a les petits Père Noël pour Noël, l'étoile de la Nativité pour janvier, le cœur pour la St Valentin, le petit poisson et l'œuf pour Pâques, le petit lapin et la poule pour l'Allemagne parce que c'est eux qui sont censés apporter les œufs, et la cloche pour la France, la citrouille pour Halloween, le soleil pour juillet etc.



Le but n'est pas tant de faire plaisir aux opérateurs des clients que de rappeler chaque mois aux opératrices et aux opérateurs de la Fonderie, qui mettent ces objets parmi les pièces, **qu'ils travaillent pour un client.**

Encore que...

Quand la Fonderie a été honorés du grand prix qualité FIAT:

- 6 ans sans retard de livraison (ça c'est vrai!)
- 6 ans sans augmentation de prix (c'était vrai aussi)
- 6 ans sans problèmes qualité (ça c'est difficilement possible compte tenu de quelques millions de pièces délivrées! Sans doute que les opérateurs sur chaîne chez FIAT sensibles aux petits cadeaux mensuels, ont eu parfois tendance à écarter discrètement la pièce pas tout à fait conforme ?)

2) **La petite note** qui s'adresse à l'intelligence des opératrices et opérateurs des clients :

Par les petits objets en laiton, on s'adresse à **leur cœur**. Il a semblé utile de temps en temps de s'adresser à **leur tête** en mettant, toujours parmi les pièces, des petites notes de 15x15 cm appelées « Info tech » qui expliquent un élément du process :

*C'est quoi le laiton ?*

*C'est quoi l'injection ?*

*C'est quoi l'induction ?*

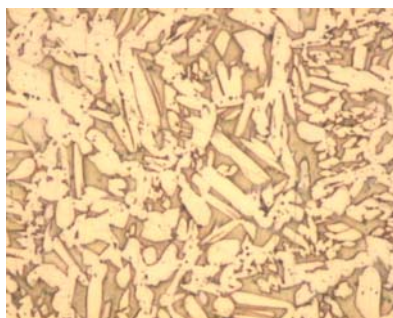
Etc.



### **Info Tech 1** **C'EST QUOI LE LAITON ?**

Les pièces que vous recevez sont en laiton. Le laiton est un alliage de cuivre, de zinc (généralement 60% de Cu et 40% de Zn) plus d'autres éléments qui favorisent l'usinabilité comme le plomb, qui augmente la résistance mécanique, comme le fer, le nickel, le manganèse, la résistance à l'usure comme l'Alu ou le silicium ou la résistance à la corrosion comme l'antimoine ou l'arsenic.

Les laitons sont les alliages qui après les aciers, ont les plus hautes caractéristiques mécaniques avec en plus une bonne résistance à l'oxydation, au frottement et un bel aspect. Vu au microscope, ça ressemble à ça :



Infotech2 : Comment fait-on le laiton  
À suivre....

Comment s'adresser au cœur des "grands chefs" des clients, qui ne nous connaissent pas ou peu?

Un des défauts de la Fonderie, comme l'avait fait remarquer un des dirigeants du groupe Schneider, est de ne pas augmenter les prix, de ne jamais livrer en retard, et de générer très peu d'avis d'incidents, de ce fait les dirigeants les connaissent peu voire pas!

. C'est pourquoi ils avaient abonné tous ces gens là à Géo ou à National Géographique. Ainsi chaque mois, ils reçoivent une image neutre mais positive de l'entreprise qui, **espèrent-ils**, leur reviendra à l'esprit si par hasard un jour ils entendent parler d'eux. Et de même ils s'adressent à leur esprit en leur faisant parvenir une fiche outil décrivant leur perception d'un outil qualité et plus récemment des documents traitant du Développement Durable.

### **3) Merci!**

Lorsque l'entreprise a le bonheur d'embaucher, elle envoie un petit mot (voir doc joint) aux Directeurs de sites, aux Achats, à la DRIRE, l'ANVAR, à la CRAM, à l'Inspecteur du Travail etc. où les nouveaux embauchés remercient ces partenaires d'avoir contribué à aider la Fonderie à créer leur emploi.

Certes ce petit mot fait plaisir à des gens qu'on ne remercie jamais, que ce soit la DRIRE ou l'Inspecteur du Travail, mais tel n'est pas le but. Le but est que chaque signataire garde une copie de son engagement à servir tous ces partenaires dont le client.

Hallencourt, septembre 2002

## MERCI

Madame, Monsieur,

Vous êtes un CLIENT (en usine, aux études, en qualité, aux achats ou ailleurs),  
Vous êtes un Fournisseur,  
Vous êtes de la DRIRE, du Ministère de l'industrie, de l'ANVAR,  
Vous êtes du Ministère du travail, de la CRAM,  
Vous êtes un Auditeur de l'AFAQ,  
Bref vous êtes un de ces nombreux PARTENAIRES qui ont permis à la société FAVI  
qui m'a accueilli(e) de se développer au cours de l'année 2002 et de créer 17 emplois à  
durée indéterminée dont le mien !

**MERCI** de la confiance que vous avez témoignée à mon  
entreprise et soyez assurés que je ferai tout mon possible, dans les  
années à venir pour continuer à mériter cette confiance.

BARDON Fabrice

ETIENNE Olivier

JANSOONE Serge

LOMBART Ludivine

MIREY Thierry

PILVOIX Frédérique

POUYEZ Cédric

RYCKEWAERT Maxime

VERDUN Patrick

BLONDIN David

GILMAN Fabien

LEROY Hervé

MERELLE Mathieu

MOULIER Christophe

POURRE Alexandre

ROUSSELLE Jérôme

TARLIER Olivier

#### 4) trophée de l'An 2000

Le petit Patron, fainéant, donc ayant le temps de lire des tas de revues, avait découvert une petite entreprise qui reconditionnait à neuf les 2CV Charleston et les garantissait pendant un an. Ainsi naquit l'idée d'offrir à une opératrice ou un opérateur de nos clients deux 2CV.

Le principe était de soumettre un slogan glorifiant la mémoire de la 2CV et les appels à candidature étaient identiques à celui joint, mis dans les pièces et arrivant directement sur chaîne.

Il y eût de très beaux slogans du genre :

« On dit un amiral, des amiraux

On dit un bocal, des bocaux,

On dit un idéal, 2CV »

Comme on priait les gens qui trouvaient ces petits documents de les photocopier et de les transmettre, il s'avère que les 2 slogans retenus récompensaient un opérateur sur chaîne d'une usine de PSA à Metz et une dame qui travaillait à la compta à Poissy.

Les 2CV trônèrent pendant plusieurs mois dans l'entreprise pour rappeler à toutes et à tous qu'elles étaient destinées à un de nos clients, et leur seule présence matérialisait cette notion abstraite de client.

\*

COUP DE  OU COMMENT GAGNER LA



2CV



DE L'AN 2   ?

Madame, Monsieur,

Nous avons une chance extraordinaire! C'est d'avoir **trouvé deux 2CV Charleston reconstruites**. Il nous a semblé normal, logique de vous les offrir à vous, gens de



PSA, qui que vous soyez, car c'est **par vous** que nous sommes devenus plus intelligents, c'est **par vous** que nous vivons, c'est

PS : comme nous ne connaissons pas tous nos partenaires, avez la gentillesse de photocopier le document joint pour vos copains et copines.

**par vous** que nous nous développons.

Nous avons décidé d'en réserver une pour l'un d'entre-vous de la fabrication et l'autre pour une personne des bureaux au sens large.

COMMENT ? Ayez la gentillesse de nous faire parvenir **un slogan qui glorifie la mémoire de la 2CV**. Les gens de la FAVI qui vivent directement **par et pour vous** choisiront dans chaque catégorie le plus beau slogan.

Date limite de participation :

15/11/2000

Pour la remise des 2CV par le Père Noël

Merci de renvoyer ce coupon à :  
FAVI, 14 rue Louis Deneux 80490 HALLENCOURT-  
Prénom : Tél :

Nom :  
SLOGAN :

REMISE DES



DE L'AN 2  

aux heureux gagnants qui sont Madame VANTREPODE de POISSY et Monsieur POZZI de la SMAE.

MERCI à TOUS de Votre Participation,

MERCI à TOUS de Votre Fidélité de Client,

MERCI à TOUS de Votre Confiance en 

L'EQUIPE FAVI.



## 5) Présents pour les visiteurs du Midest

Chaque année, Carole anime une réflexion au niveau des commerciaux pour trouver une idée récompensant un visiteur tiré au sort qui nous fait le plaisir de venir nous voir au Midest.

Ce fût au cours du temps un scooter BMW C1 qui portait l'idée du raccourcissement sans souci avec Favi, puis une semaine de Thalasso avec son conjoint dont l'idée était plus écologique : « retrouvez-vous, retrouvez votre corps, retrouvez votre conjoint ».

Cela pouvait être plus culturel avec une semaine de découverte de Rome et Florence etc. mais toujours les opératrices et opérateurs sont informés de la démarche ou l'objet comme le scooter BMW est exposé longtemps pour concrétiser cette notion d'amour du client.

A l'occasion du Midest 2005, tentez votre chance ...



... découvrir un site unique  
la Baie de Somme

Imaginez, un voyage que l'on ne s'offrira jamais...



Rome

Venise



Fonderie sous pression d'alliages cuivreux.  
www.favi.com

A travers son tirage au sort, FAVI vous invite pour une semaine dans sa région.  
L'occasion de découvrir  
La Baie de Somme,  
Un site unique,  
Classé au patrimoine de l'UNESCO;

Nous vous donnons rendez-vous sur notre stand  
Au MIDEST du 15 au 18 novembre

**HALL 5A, Allée V, Stand 57.**

Planning de présence au verso.

Vous y déposerez votre carte de visite et la main la plus innocente vous désignera peut-être comme l'heureux (se) gagnant(e).



Imaginez, un voyage que l'on ne s'offrira jamais...

*Pas trop loin, trois heures d'avion maximum,  
Sans souci de réservation parce que tout a été prévu,  
Une destination de Rêve,  
A partager à deux, en amoureux...  
Vente ? Rome ? Pourquoi pas les Deux !  
FAVI OFFRE CE RÊVE !  
Participez au jeu sur notre stand  
au MIDEST du 7 au 10 décembre en déposant  
votre carte de visite.  
Un tirage au sort vous désignera peut être comme  
l'heureux (se) gagnant(e).*

*Avec FAVI, tout est possible !*

Planning de présence au verso

**Invitation**  
**Midest 2004**  
Hall 4, Allée M, Stand 9



FAVI S.A.  
14, rue Louis DENEUX  
80490 Hallencourt  
  
Tél : 03.22.28.20.50  
Fax : 03.22.28.60.63  
e.mail : favi@favi.com

## MIDEST 2001 Stand A20 Hall 5B



Parce que **Votre Temps est précieux,**

Avec FAVI, prenez **les raccourcis sans souci !**

Cette année, nous vous offrons\* un **BMW C1**

Au quotidien, nous faisons chacun à notre niveau tout ce que nous pouvons pour mériter « **Votre Amour** » en vous facilitant la vie.

Nous avons pensé qu'en plus de tenter de vous faciliter professionnellement la vie par nos produits et services, nous nous devons de penser à vous faciliter le retour au temps libre, en vous faisant gagner sur les temps de transport.

C'est pourquoi, nous vous offrons le moyen le plus rapide et confortable qui existe pour passer du Boulot au Loisir : un **BMW C1 « EXECUTIVE »**

### **\*Comment ?**

Tout simplement, lors de Votre prochaine visite sur notre stand **A20 Hall 5B** au **MIDEST du 20 au 23 novembre** vous déposerez votre carte de visite dans une urne, et la Main la plus innocente que nous ayons en stock désignera à l'issue du MIDEST l'heureuse (x) gagnante ou gagnant.

**L'Equipe Favi**

Telles sont les quelques actions concrètes pour que personne n'oublie que tous ne vivent que par le client, et qu'il importe que régulièrement le DEDANS s'efface devant le DEHORS.