

Communiqué de presse  
04 décembre 2014

## Brother développe son département « Ventes » !

Après la création en janvier dernier du département Solutions, Brother, spécialiste de l'impression et de la gestion de l'information et du document poursuit son virage stratégique au sein du département « Ventes » en se tournant davantage vers les solutions professionnelles. Porté par sa philosophie « At your side », Brother continue de placer le client au cœur de ses préoccupations. C'est la raison pour laquelle la filiale française développe et renforce son département Ventes s'adaptant ainsi à cette nouvelle orientation et aux attentes de sa clientèle, en constante évolution.

### Ajustements & créations au cœur du département

Pour mener à bien cette transition vers les « solutions », Didier Delfino, Directeur Commercial chez Brother France a renforcé le département, en recrutant notamment trois nouveaux collaborateurs.

Chacune des six divisions du département « Ventes » est sous la responsabilité d'un Senior Manager expert sur son secteur.

Ainsi, le pôle **Telesales** dirigé par une nouvelle recrue, **Cécile Pierre**, se renforce. Leur mission s'étend de la prospection jusqu'au suivi de leur portefeuille client, ceci permettant un accompagnement personnalisé sur la durée et sur l'ensemble du territoire national. Le pôle **Distribution** a également été redimensionné, il est aujourd'hui constitué de deux équipes : l'une dédiée aux points de vente, dirigée par **Christophe Cabaré**, nouvel arrivant chez Brother France, l'autre se concentrant sur les grossistes. Le **département SH** est également scindé en deux avec désormais une division **Région IDF**, dirigée par **Bruno Conte**, nouvel entrant chez Brother France et une autre pour la Province. La priorité de ces équipes est de développer le portefeuille Grands Comptes. Enfin, une toute nouvelle division **Affaires et Alliances Stratégiques** est pilotée par Jérôme Choukroun.

Les membres du département Ventes chez Brother France travaillent également en étroite collaboration avec le département Marketing et les équipes avant-vente pour mener à bien leurs tâches. Le Groupe s'attache à mettre l'humain au cœur de ses activités et ce à tous les niveaux, les services travaillent main dans la main, s'assurant ainsi de répondre de façon la plus adaptée aux clients.

---

#### A propos de Brother

Créée au Japon en 1908 et aujourd'hui mondialement reconnue, la marque Brother est implantée dans 44 pays. Ses solutions sont vendues dans plus de 100 pays à travers le monde.

D'abord spécialiste des machines à coudre industrielles, fort d'un savoir-faire dans les systèmes de karaoké en ligne et dans le partage de données et acteur majeur sur le marché de l'impression et de l'étiquetage, Brother centre son expertise sur le partage et la gestion de l'information et du document. Parce qu'accompagner ses clients au quotidien est une priorité pour le

Groupe, sa volonté principale est de rendre les technologies accessibles au plus grand nombre. Brother développe toute une gamme de solutions permettant à chacun de maîtriser l'information qu'elle soit transmise sur un document ou partagée de manière instantanée et d'en tirer tous les avantages pour son entreprise... et pour soi-même.



Brother France est élu Service Client pour la troisième année consécutive dans la catégorie « solution d'impression ». Une nouvelle récompense qui prouve l'engagement du groupe japonais en faveur de la qualité pour ses clients, partenaires et collaborateurs, dans la lignée de sa philosophie « At your side ». Par ailleurs, Brother tient compte de l'impact environnemental de ses solutions auprès de ses partenaires à travers sa politique de développement durable, baptisée « Brother Earth ». Brother France soutient quatre associations s'investissant dans la lutte contre les inégalités et l'aide à l'enfance : « A chacun son Everest », « Caméléon », « les Enfants de l'Ovale », « Parrain par 1000 ».

Plus d'informations sur [www.brother.fr](http://www.brother.fr)

\*Étude Inference Operations - Viséo Conseil réalisée de mai à juillet 2014 sur le principe du client mystère au moyen de 210 contacts répartis entre appels téléphoniques, e-mails et navigations Internet.

#### Contacts presse :

##### **OXYGEN pour Brother**

Carole Da Silva : 01 41 11 35 45 / [cdasilva@oxygen-rp.com](mailto:cdasilva@oxygen-rp.com)  
Monique Kindrebeogo: 01 41 11 23 99 / [monique@oxygen-rp.com](mailto:monique@oxygen-rp.com)  
Adeline Babel: 01 41 11 37 82 / [adeline@oxygen-rp.com](mailto:adeline@oxygen-rp.com)

##### **Brother**

Elodie Seng – Responsable comm. transversale : [eseng@brother.fr](mailto:eseng@brother.fr)  
Amy Charbonnier – Chargée de comm. transversale :  
[acharbonnier@brother.fr](mailto:acharbonnier@brother.fr)