



Power Plate : l'histoire d'un succès



«Power Plate», tout monde connaît, à tel point que c'est devenu un nom générique. Koen Vandenhoeck, P-D.G. du groupe Power Plate France, remet les pendules à l'heure et vous explique ce qu'est aujourd'hui «Power Plate» et sa vision du marché de demain.

Une belle histoire commence en Belgique. Attiré par les challenges, Koen Vandenhoeck a tout d'abord développé une société de distribution à Anvers dans le monde du fitness et du sport. Bien que ne s'occupant que du Benelux, il est devenu en cinq ans, le distributeur le plus important d'Europe. Auréolé par ce succès, il accepte la proposition de rachat de sa société par la maison mère. Il voit une formidable opportunité pour débuter une nouvelle vie dans le sud de la France avec sa famille. Après quelques mois et plusieurs étapes, il décide de racheter une société spécialisée dans la distribution de matériel de fitness et de bien-être et de se concentrer ainsi sur le marché français. Nous sommes en 2001, quand il entend parler de la «Power Plate». Ses anciens clients et amis hollandais lui parlent de plus en plus de cet appareil «absolument génial», «vraiment

fantastique» développé par un gourou du fitness et du bien-être néerlandais. Ce génial préparateur physique olympique (Guus Van der Meer) a ainsi en 1999 mis au point cet appareil pour compléter la préparation physique des athlètes de haut niveau dont il s'occupe.

Koen connaît bien ce marché, il comprend immédiatement que cet appareil peut révolutionner le marché du bien-être et de la forme. Il décide ainsi de ne pas passer à côté de cette véritable innovation et de la distribuer.

Les débuts sont difficiles, le côté révolutionnaire de l'appareil n'est pas compris dans un marché conservateur qu'est le monde du fitness. Après trois ans et demi, il s'interroge sérieusement sur l'avenir... Il finit même par imaginer jeter l'éponge. Mais Koen ne peut se résoudre à en rester là. Coup de génie, il décide de repenser complètement le positionnement de la machine. Et si cet appareil était fait surtout pour toutes les personnes qui ne veulent pas faire de sport ?... Ainsi, si, dans les autres pays, la «Power Plate» est considérée comme un appareil de fitness pur, Koen y voit plutôt une opportunité sur le marché des gens un peu plus âgés et non actifs. Il est ainsi le premier à participer à des salons anti-aging.

C'est avec cette réflexion que le premier centre «Power Plate» dédié à la machine va ouvrir. La presse va immédiatement s'en faire l'écho et les premiers reportages commencent à sortir. «Power Plate» va ainsi bénéficier de nombreuses retombées presse, dont celui de l'émission «Capital» sur M6.

Ces débuts sont vécus comme une fabuleuse aventure, l'équipe qui se crée autour de lui va

l'aider à construire le succès. Et même si au début tout le monde fait un peu tout, jusqu'à même livrer les machines, c'est une période passionnante qui marquera la philosophie de l'entreprise.

Passionné par l'action commerciale, Koen est rapidement en contact direct avec les clients et, petit à petit, il rencontre des particuliers aisés puis des VIP. Le bouche à oreille fonctionne immédiatement, l'efficacité rapide séduit très vite, le design de la machine fait fureur. C'est ainsi que des gens du «show biz» s'emparent de l'appareil eux aussi. Cela s'explique facilement, leur temps est précieux, ils ont besoin de résultats...

«POWER PLATE» ET LES AUTRES...

Actuellement, il y a 4 500 machines sur la France et 2 500 clients. La société existe depuis maintenant douze ans, c'est une SAS avec un capital de 250 000 euros. Il est important, lorsque vous investissez dans des appareils, de bien savoir avec qui vous travaillez. Le marché déborde de gens, aussi bien des fabricants que des distributeurs qui ne sont pas tous là pour le long terme. Leur objectif est clair, gagner vite un maximum d'argent sans tenir compte du client. Au final, les clients se retrouvent avec des machines qui ne valent pas grand chose, il n'y a plus de service, plus rien.

«Power Plate» est devenu un nom générique, les gens pensant qu'en achetant une machine qui vibre, c'est la même chose que la «Power Plate». Ils se trompent lourdement !

Beaucoup de machines ne font que vibrer sans amplitudes, le travail n'est pas là. Sans parler de l'inexistence d'études avec résultats à l'appui et de marketing. En terme d'image et à long terme, acheter le bon appareil c'est très important. Des esthéticiennes ont acheté des plates-formes vibrantes moins cher que la «Power Plate». Sauf qu'à un moment, le moins cher devient plus cher parce que, sur le marché de l'occasion, la machine ne vaut pas grand-chose et lorsqu'une panne arrive, le service après-vente est inexistant. C'est vraiment dommage pour ces esthéticiennes-là. De nombreuses entreprises ont tenté de copier la «Power Plate» et regardaient Koen Vandenhoeck de travers, alors que c'est grâce à lui et à la publicité autour de la «Power Plate» qu'ils ont pu vendre quelques machines. Aujourd'hui, on les voit disparaître, les gens de ces sociétés sont des suiveurs. L'année dernière, on comptait une cinquantaine de concurrents, aujourd'hui la plupart ont disparu !

La «Power Plate» existe depuis 1999, la commercialisation en France débute fin 2001, il y avait le recul suffisant pour mesurer l'efficacité de l'appareil. Ces preuves d'efficacité étaient nécessaires avant de se lancer sur un marché français que Koen Vandenhoeck ne maîtrisait pas. Culture, langue, habitudes, Koen a dû très rapidement s'adapter. N'oublions pas qu'il est arrivé en France sans en parler la langue...

ET «POWER PLATE» DEVINT UN GROUPE...

La société ne pouvait rester mono-produit. Ainsi, depuis trois ans, «Power Plate» est devenue un véritable groupe : Le «Groupe Power Plate France».

Sa force : il est constamment à la recherche de nouveaux appareils, ils sont testés et si les résultats sont convaincants, le marketing est totalement repensé avant le lancement. En quelques années, la société «Power Plate» est passée de la machine seule à un positionnement plus global sur la beauté, le bien-être et l'amincissement avec des technologies complémentaires.

- 2006 : commercialisation des cabines infrarouge «Healthmate»,
- 2007 : développement de la commercialisation de l'«Icoone»,
- 2008 : développement de la commercialisation de «New Life»,

- 2009 : ouverture sur le marché de l'esthétique médicale avec le développement de «Freeze».

Ces cinq dernières années, le chiffre d'affaires a doublé chaque année. Sans doute est-ce dû à la philosophie de Koen Vandenhoeck : si on respecte les gens, si on est honnête avec eux, ils travaillent très bien. Il faut rester honnête avec soi-même, son équipe, sa clientèle. Il veut que ses clients gagnent bien leur vie, s'ils gagnent bien leur vie, le Groupe «Power Plate France» gagne de l'argent, ça ne se passe en aucun cas dans un autre sens.

Face à la crise : action !

En chinois, le mot crise s'écrit à l'aide de deux idéogrammes qui sont danger et opportunité... A nous de choisir le côté opportunité et à laisser aux autres les dangers !

Face à la crise, certains instituts qui rencontrent des problèmes de financement ont tendance à ne pas trop officialiser tout ce qui entre dans la caisse. Attention, pendant une période difficile comme celle que nous traversons actuellement, l'important est de bien garder l'argent dans la caisse, pas dans votre poche, investissez et ré-investissez parce que vos clientes veulent toujours des nouveautés, et surtout investissez pour sortir du lot, pour vous différencier ! Ne vous laissez pas abattre ! Au contraire, il faut continuer ! Le secteur est très porteur, l'amincissement restera et deviendra un marché de plus en plus important. Ne vous laissez pas entraîner par la crise mais au contraire investissez pour proposer d'autres produits à votre clientèle. Par exemple, le Groupe «Power Plate France» vient d'engager quatre vendeurs supplémentaires ! Et pour celles qui connaissent des difficultés de financement, le Groupe «Power Plate» propose des solutions de location.

LE STUDIO POWER PLATE

Actuellement, les affiliés «Power Plate» sont plus de 300. La collaboration entre le siège et l'affilié est primordiale. Être affilié «Power Plate» signifie gérer un «Studio Power Plate» avec en plus de la célèbre «Power Plate», des appareils différents, complémentaires et positionnés sur des marchés, des cibles clients qui divergent.

- L'«Icoone» : la vraie révolution de cette technologie, c'est la saisie cutanée qui se fait par micro-stimulation grâce à des alvéoles présentes dans les rouleaux. Nous sommes bien sur le marché du palper rouler mais en ayant une saisie et une approche complètement différente sur les tissus pour stimuler et accélérer tout ce qui est circulaire, relancer les échanges et drainer. Par rapport à un palper rouler classique, ici la saisie est réalisée grâce à 1180 stimulations par décimètre carré. Chaque stimulation en surface a des répercussions importantes dans les couches profondes. C'est plus efficace et plus rapide et surtout dans le respect des tissus, sans agresser.

AVANT LE LANCEMENT D'UN NOUVEAU PRODUIT...

Avant d'être lancés sur le marché, tous les produits et appareils sont testés. Il est rare qu'en France il s'agisse du tout premier lancement. La mise en place d'un comité scientifique permet d'aller plus vite dans tous les tests, l'obtention des résultats... Une fois que le groupe «Power Plate» prend la décision de distribuer un produit, alors, là, il est lancé sur le marché français. C'est encore une preuve, s'il en fallait une, du sérieux et du professionnalisme du Groupe «Power Plate France» et l'histoire est loin d'être terminée. Maintenant, à vous de savoir si vous souhaitez en faire partie... ■

Groupe Power Plate France,
Port Marina Baie des Anges,
06270 Villeneuve Loubet.
Tél. 0820 30 35 40.
www.powerplate.fr ■