

Le Mieux-Être Personnalisé

Entretien avec Pascal Luong,
PDG de Biomedical Electronics (B.M.E.).



B.M.E., c'est aussi une très forte collaboration avec Thierry Lelouche, PDG de F.M.E., la société en charge de la commercialisation exclusive auprès du secteur médical et paramédical. Depuis plus de 20 ans, nous partageons cette aventure, toujours animés des mêmes valeurs professionnelles et humaines, de la même rigueur technique, pour proposer le meilleur matériel aux professionnels. B.M.E. emploie aujourd'hui une équipe de 48 personnes, essentiellement composée d'ingénieurs et de techniciens qui travaillent chaque jour à concevoir et développer les matériels de demain.

Cabines: En préambule, pourriez-vous nous présenter votre entreprise B.M.E. ?

Pascal Luong: Basée à Bordeaux, B.M.E. conçoit, fabrique et commercialise des dispositifs médico-esthétiques depuis 25 ans. Les tout premiers appareils furent développés pour les esthéticiennes, sous le contrôle de médecins, notamment pour les marques Simone Mahler (qui était implantée dans la région), et Isabelle Lancray. Puis tout en restant fidèle au secteur de l'esthétique, l'entreprise a évolué vers le paramédical puis le médical, ainsi qu'à l'international, où elle détient désormais une renommée enviable en tant que premier fabricant français dans plusieurs catégories de produits.

C.: Quelles sont les raisons du succès de B.M.E. ?

P. L.: Au fil des années, nous avons étudié et mis en œuvre toutes les technologies visage et corps en lesquelles nous croyons. Au-delà d'une très large gamme - diagnostic, amincissement, anti-âge et harmonisation - capable d'équiper l'institut de A à Z, B.M.E. se différencie par une double approche, basée sur les notions d'efficacité et de sécurité.



C'est pourquoi nous avons développé pour nos dispositifs des labels de sécurité exclusifs, que l'on envisage de faire homologuer afin qu'il existe une référence nationale en la matière. À titre d'exemple, l'Elfidermie, notre concept de dépresso-massage, pour lequel nous avons conçu un outil de diagnostic permettant de mesurer localement l'élasticité de la peau, et donc de programmer l'aspiration de façon à ne pas endommager les tissus.

La notion de diagnostic reflète notre conviction qu'il faut aujourd'hui proposer du sur-mesure.

De plus, la notion de diagnostic reflète notre conviction qu'il faut aujourd'hui proposer du sur-mesure, car le cas de chaque cliente est unique. Nous avons donc développé, notamment pour le groupe Pierre Fabre avec qui nous travaillons depuis 15 ans, des appareils d'analyse de la peau permettant de mesurer le taux d'hydratation, de sébum, la profondeur des rides, l'épaisseur des tissus adipeux sur différentes parties du corps, la luminescence de la peau etc. Nous avons développé d'autres paramètres permettant à l'esthéticienne de compléter et affiner son diagnostic afin de conseiller au mieux sa clientèle. Par exemple, l'analyse du phototype de la peau, un élément déterminant pour recommander une ligne solaire adaptée. Quant à la sécurité, il s'agit de la sécurité pour la cliente finale, mais aussi pour l'esthéticienne.

C.: Quelle est votre approche commerciale vers les esthéticiennes ?

P. L.: Bénéficiant d'une culture essentiellement technique, B.M.E. pilotait jusqu'à présent son action commerciale France pour le secteur esthétique à travers un réseau de distributeurs. Aujourd'hui, nous avons décidé de structurer notre approche vers les esthéticiennes avec la mise en place d'une équipe d'agents commerciaux exclusifs, qui s'appuiera sur des distributeurs soigneusement sélectionnés ou prospectera en direct sur le terrain. Nous souhaitons aujourd'hui faire savoir aux esthéticiennes que B.M.E. existe depuis 25 ans, que c'est une entreprise fiable, novatrice, réactive et flexible, qui outre un service après-vente et une formation de qualité, leur propose des tarifs et prestations « direct usine ».

C.: La formation et le SAV sont des points importants pour l'esthéticienne, quel suivi apportez-vous à ce niveau ?

P. L.: Bien évidemment, l'achat de tout appareil est assorti de la formation nécessaire à son bon usage. Cette formation, validée par un certificat, est délivrée à notre siège à Bordeaux, ou *in situ* dans l'institut.



C.: Vous évoquez votre volonté de davantage communiquer vers les esthéticiennes, c'est donc aujourd'hui l'occasion de leur adresser votre message...

P. L.: Avec Thierry Lelouche, nous nous sommes beaucoup battus contre les faux arguments de la concurrence, notamment par rapport à la lumière pulsée qui fait aujourd'hui beaucoup parler d'elle. Nous sommes par exemple, le seul fabricant au monde à avoir équipé notre nouveau dispositif de lumière pulsée intense d'une caméra qui analyse localement la couleur et l'épaisseur de la peau, la couleur et la taille du poil, afin de calibrer automatiquement la machine pour que le tir généré soit suffisant pour traiter sans brûler. Nous nous impliquons fortement auprès des autorités compétentes pour que soit confirmé le droit de l'esthéticienne à utiliser ces nouvelles technologies.

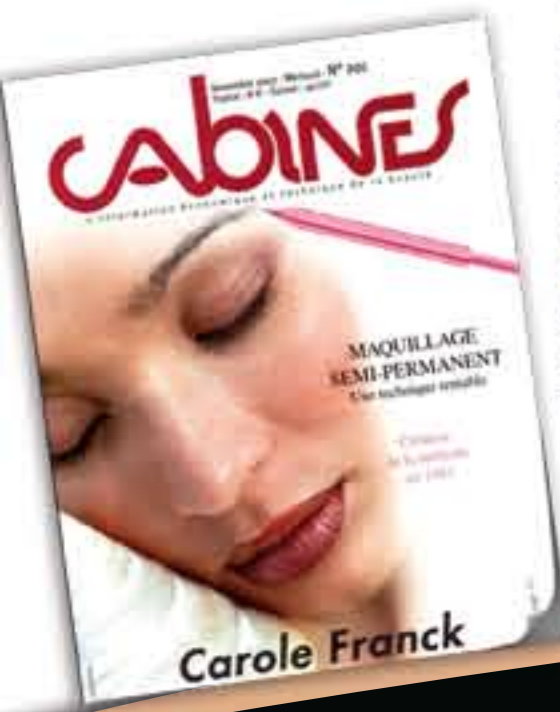
Nous nous impliquons fortement auprès des autorités compétentes pour que soit confirmé le droit de l'esthéticienne à utiliser ces nouvelles technologies.

Nous sommes également toujours joignables, 24 h/24 et 7 j/7, soit par téléphone ou par Internet, pour fournir des compléments d'information.

Le service après-vente, qui exige une grande réactivité, est un domaine dans lequel nous exerçons depuis 25 ans. Un premier contact téléphonique nous permet de faire le diagnostic, et de déterminer s'il s'agit d'une simple erreur de manipulation ou d'un problème d'accessoire, que l'on remplacera immédiatement sans avoir à rapatrier l'appareil. Si la panne est plus sérieuse, un devis est immédiatement établi dès la réception de la machine, s'il n'y a pas de contrat de maintenance, et la réparation est effectuée dans les trois jours. C'est donc une immobilisation du dispositif réduite à son minimum.

C.: Pour conclure, M. Luong, que diriez-vous à une esthéticienne qui aurait envie de s'équiper ?

P. L.: Et bien tout simplement qu'elle aurait le privilège d'avoir comme partenaire le premier fabricant français. Et croyez-moi, cette place de premier nous l'avons bien méritée. Et en analysant la configuration du marché actuel, nous pouvons espérer le rester pour toutes ces années qui viennent.



- Pays : France - Date : Novembre 2007

- Article de presse paru dans le Magazine Cabines

“L'information économique et

technique de la beauté”.

