

Les prémisses...

Une idée qui se concrétise rapidement

Dès sa fondation en 2015, Enviro Confort est propulsée vers le succès grâce à un partenaire majeur.

Pendant près de 15 ans, Jimmy Roy fait carrière au sein de Carrier, une multinationale renommée dans le secteur de la climatisation, ventilation et du chauffage, où il monte les échelons avec brio. Il commence à titre de représentant interne, poursuit dans un emploi de directeur de territoire résidentiel pour ensuite occuper un poste de directeur de territoire global.

« Pour monter au niveau supérieur, je devais améliorer mes compétences en gestion. J'ai donc entrepris un MBA d'une durée de deux ans et demi. Ce fut très enrichissant, mais ma vie se résumait à boulot, étude, dodo. »

Entre-temps, le président change. C'est une tout autre philosophie qui s'installe et qui ne lui correspond pas. Il décide de ne pas poursuivre sa carrière vers un poste plus élevé.

Toutes ces années au sein de la multinationale Carrier ont permis à Jimmy d'acquérir une multitude de connaissances et de compétences techniques en climatisation, ventilation, chauffage et géothermie. C'est ce qui lui donne envie de se lancer en affaires. À partir de l'automne 2014, il commence à analyser les possibilités pour devenir entrepreneur dans ce domaine qu'il connaît bien.

Au mois de janvier 2015, le projet d'Enviro Confort se construit peu à peu dans son esprit et une opportunité se présente à lui. Par pur hasard, il discute de son idée avec l'un de ses anciens clients détenant une entreprise de climatisation, ventilation et chauffage, Marc Lessard.

Démarrage

Se lancer en affaires !

« Je connaissais très bien Marc et j'étais une référence pour lui, car je l'avais déjà aidé à concevoir des projets de géothermie pour sa compagnie. »

Marc détient un partenariat à succès avec le Costco de Saguenay pour la vente et l'installation d'appareils de climatisation et de chauffage. Ce dernier propose donc à Jimmy de s'associer pour décrocher un 2^e partenariat.

« Nous avons donc décidé de nous associer pour fonder Enviro Confort ensemble, puis Marc a entrepris des démarches auprès de la multinationale. En mars 2015, nous décrochons le contrat pour le Costco de Lévis qui allait ouvrir la semaine suivante. »

En à peine 3 mois, Enviro Confort débute ses activités sur la Rive-Sud de Québec.

« L'obtention du contrat avec le Costco de Lévis a précipité le démarrage de l'entreprise! »

Enviro Confort est fondée officiellement quelques jours après la signature de cette entente et connaît des résultats impressionnants en très peu de temps!



Une start up peu conventionnelle

Dès le départ, Enviro Confort a une forte demande et un grand bassin de clients contrairement à la majorité des entreprises en démarrage.

« Du jour au lendemain, nous apprenons que notre compagnie démarre. Nous n'avons pas de logo ni de locaux. En fait, nous n'avons absolument rien! Tout était à faire! »

Les activités d'Enviro Confort commencent donc dans un garage annexé à la maison de Jimmy. À ce moment, les bureaux se situent dans le sous-sol de la maison et le garage contient l'inventaire total de l'entreprise.

« Le garage débordait !

Jimmy engage alors rapidement du personnel et structure son équipe. Quelques semaines après les embauches, les ventes débutent à bon rythme et Jimmy obtient la licence de la Régie du bâtiment pour procéder à l'installation des appareils de climatisation et de chauffage chez les clients. Son équipe s'empresse donc de répondre à la demande.

À l'été 2015, les premiers locaux d'une surface de 2300 pieds carrés sont prêts à accueillir les activités de l'entreprise. Aujourd'hui, les locaux utilisés ont été agrandis et représentent une surface de plus de 10 000 pieds carrés!

Durant sa première année d'activité, Enviro Confort atteint ses objectifs financiers et les dépasse même produisant un chiffre d'affaires de plus de 1 million de dollars.



Un vrai jeu de tétris! »



Une progression fulgurante

En 2016, l'entreprise se fait offrir le Costco de Sainte-Foy et celui de Québec situé sur le boulevard Lebourgneuf. L'emplacement de ce dernier est toutefois trop éloigné des locaux d'Enviro Confort. Pour maximiser la rentabilité, Jimmy choisit donc de concentrer ses efforts sur le magasin de Sainte-Foy, ce qui permet une belle progression au niveau des ventes.

Et fait notoire, dès la fin de 2016, Enviro Confort se qualifiait déjà dans le **top 5** des ventes au Canada pour Costco.

« Parmi les 90 kiosques de climatisation et chauffage installés dans les 90 Costco du Canada, nos deux kiosques de Lévis et de Sainte-Foy ont été, année après année, et demeurent toujours au top 5 des meilleurs partenaires. »

Ventes & Rentabilité

Il faut se diversifier!

Deux ans s'écoulent pendant lesquelles les opérations d'Enviro Confort ne cessent de croître. Malgré cette progression exceptionnelle, Jimmy garde les pieds sur terre.

« Je remercie profondément Costco d'avoir permis à Enviro Confort de prendre son envol! Mais, l'entente avec la multinationale ne doit pas être la base de l'entreprise. Si cette entente s'arrête, nous avons un problème. »

L'objectif consiste alors à diversifier les marchés afin que la multinationale ne représente pas plus que 35 % des ventes de l'entreprise.

« Pour y arriver, nous avons fait du développement de marché au niveau de la nouvelle construction. Nous avons également fait des offensives marketing pour aller chercher de la clientèle à l'extérieur de Costco. »

L'entreprise fait également l'embauche de trois nouvelles ressources clés : deux représentants en développement des affaires pour la nouvelle construction et les propriétaires immobiliers ainsi qu'un responsable marketing.

L'ensemble de ces initiatives fonctionnent très bien et l'objectif est atteint moins de 5 ans plus tard.

« Nous avons atteint l'équilibre souhaité en diversification des marchés. »

En résumé, environ 30 % du chiffre d'affaires provient de l'entente avec Costco, la différence provient de la nouvelle construction et des particuliers qui achètent les appareils de climatisation et de chauffage directement d'Enviro Confort.

Enviro Confort réussit donc à ne plus être tributaire de la multinationale Costco afin d'assurer la pérennité de l'entreprise.

Équilibre
Objectif

Vision et valeurs...

Une approche qui se distingue

Pour faire leur place dans le milieu de la climatisation et du chauffage, Jimmy et son équipe ont su trouver les moyens de se faire reconnaître et d'augmenter leur notoriété.

« Nous sommes dans une vieille industrie. La plupart des gens vont toujours appeler l'entreprise qui existe depuis 50 ans. Il fallait donc moderniser les façons de faire. »

Et cela passe par la transformation des méthodes de travail! Non seulement d'un point de vue technologique, mais aussi du côté de l'approche client.

Depuis le départ, l'aspect humain est au cœur d'Enviro Confort. Lorsque les employés entrent à un endroit, ils prennent le temps de faire le tour de la maison et de poser les questions nécessaires. En général, ils passent au moins une heure avec le client pour bien comprendre ses besoins et lui faire une proposition adaptée.

Chez Enviro Confort, les employés sont avant tout des conseillers en confort. Leur mission : créer un environnement de vie d'un confort optimal par le biais d'une climatisation et d'un chauffage impeccables adaptés au style de vie du client. L'approche client est ainsi réfléchie et stratégique, mais elle est surtout appliquée de façon sincère et intégrée.





Cette façon de procéder semble faire toute la différence auprès de la clientèle.

« Aujourd'hui, la plus grande source de nouvelles demandes que nous recevons, ce sont des références clients. »

Enviro Confort prend également un virage technologique qui lui permet d'améliorer sa productivité et de se démarquer au sein de l'industrie. Un nouveau logiciel de gestion commerciale (CRM) vient faciliter grandement le travail de toute l'équipe.

« Nous sommes probablement devenus l'une des premières entreprises de l'industrie sans papier. Tous nos employés sur la route travaillent avec leur téléphone, leur tablette et tout est informatisé. »

Ce virage technologique commence tout juste avant la pandémie. Et c'est une chance! Le CRM apporte un soutien indéniable pour les employés en télétravail et simplifie les ventes par visioconférence.

Conseillers en confort

Une méthode d'embauche différente

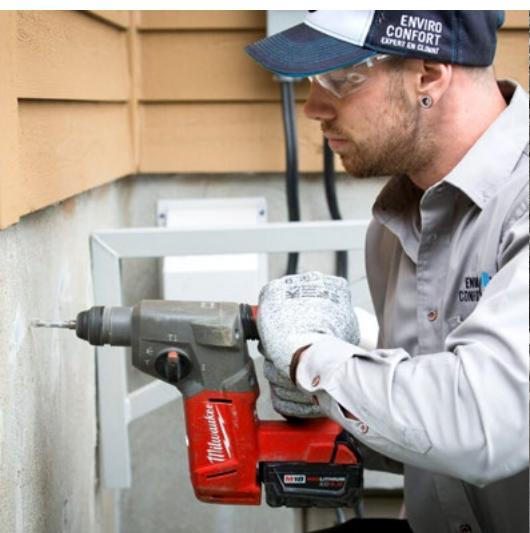
Lorsque Jimmy se lance comme entrepreneur en climatisation/chauffage, il crée un modèle d'affaires qui lui ressemble. Homme d'action, il ne laisse passer aucune opportunité.

À son avis, les grandes sociétés commerciales évoluent, mais pas assez rapidement. Celles-ci analysent trop longuement avant d'engager une ressource. Chez Enviro Confort, l'embauche de ressources s'effectue sans trop attendre.

Une personne a un potentiel intéressant? Même s'il n'y a pas de postes de disponibles au sein de l'entreprise à ce moment, Jimmy essaie de trouver une façon de pouvoir intégrer cette personne à l'équipe.

« En général, dans les grandes compagnies, tu veux faire une embauche et cela prend des mois, voire des années de projection et de paperasse. Parfois, tu laisses ainsi passer des bons candidats. Chez Enviro Confort, si nous avons un bon candidat, nous fonçons! »

potentiel





Des défis de main-d'œuvre

Pour Jimmy et son équipe, le début de la pandémie a été difficile. Les clients annulent leurs achats dû à l'incertitude de la situation. L'entreprise doit même fermer comme la majorité des commerces.

Malgré la crise, la demande explose dès la fin avril. Les gens se rendent compte qu'ils vont passer tout leur temps à la maison en télétravail, ce qui fait augmenter fortement les ventes qui sont réalisées par visioconférence.

L'équipe des ventes,
été 2022

Bien entendu, il y a alors des défis de main-d'œuvre. Jimmy propose donc à ses compétiteurs et à d'autres entreprises touchées par les fermetures temporaires de s'échanger des travailleurs pour freiner le va-et-vient des employés de son industrie. Enviro Confort crée donc des alliances pour faciliter la gestion liée au manque de ressources et répondre à la demande en forte hausse.

« Nous sommes allés chercher beaucoup de main-d'œuvre en faisant cela au début de la pandémie. C'est une pratique que nous continuons à faire encore aujourd'hui. »

Cette manière de procéder permet à Enviro Confort de continuer à servir sa clientèle toujours grandissante.

« Nous sommes vraiment fiers d'avoir bâti un réseau solide de partenaires qui permet une saine gestion des ressources les plus précieuses : nos employés qualifiés! »





Pionnier du recrutement international

➤ Être audacieux dans la recherche de talents

La pénurie de main-d'œuvre demande aux entreprises d'identifier rapidement des pistes de solutions pour ne pas compromettre leurs activités. C'est ce que Jimmy s'empresse de faire en se tournant vers le recrutement international. Il vise surtout les travailleurs de la France puisqu'il s'agit du seul pays permettant une reconnaissance des compétences auprès de la Commission de la construction du Québec.

Toutefois, Enviro Confort commence à se tourner également vers d'autres pays.

« Nous venons d'engager un premier technicien du Cameroun. »

Dans ce cas-ci, la reconnaissance des qualifications demeure un peu plus compliquée. Pour Jimmy, même si les démarches sont plus complexes, il est essentiel de ne pas se laisser décourager par la lourdeur administrative de la Commission de la construction du Québec si on souhaite vraiment régler le problème de manque de main-d'œuvre.

« L'immigration, c'est ce qui va nous permettre de passer au travers des 15-20 prochaines années! »

Enviro Confort gère le dossier d'immigration des nouveaux employés étrangers pour faciliter leur arrivée.

Selon Paul Pocquet, coordinateur marketing et immigrant français, « la plupart des Français qui sont venus travailler ici ont senti qu'ils avaient un poids en moins sur les épaules de se dire que l'employeur s'occupe du dossier d'immigration ».

Immigration

Accueillir à bras ouverts

Travailler hors de son pays n'est pas chose facile pour la majorité des personnes qui décident de se lancer dans cette aventure.

« C'est sûr qu'il y a une très bonne ambiance chez Enviro Confort. Les employés sont très bien accueillis et c'est ce qui leur donne le goût de rester. »

Jimmy aime s'impliquer dans l'intégration des employés étrangers. Chaque année, il amène les nouveaux à la cabane à sucre traditionnelle pour leur faire visiter l'ensemble des installations et leur faire connaître le processus de fabrication.
« Nous terminons évidemment avec la fameuse tire, bien sûr! »

Jimmy essaie de se rendre disponible pour tous ses employés même si cela s'avère de plus en plus difficile dû à la croissance de l'entreprise.

« Mon bureau est toujours ouvert peu importe le poste que la personne a dans la compagnie. Je pense que je suis exigeant, mais accessible. »

Intégration



Réinventer la philanthropie

► S'impliquer avec cœur

Avec Enviro Confort, Jimmy ne cesse de se réinventer, que ce soit dans les méthodes de travail, la façon de repenser l'embauche du personnel ou dans la manière dont Enviro Confort peut redonner à la communauté. Lorsque deux entreprises en marketing offrent à Jimmy de rédiger de faux avis Google et Facebook, il est franchement étonné. Il a pu voir des exemples de petits compétiteurs comportant 10 fois plus d'avis qu'Enviro Confort! Il remarque également qu'un autre de ses concurrents offre un rabais de 100 \$ sur la facture du client si celui-ci fait un commentaire positif sur Google.

« Non, merci! Ici, nous avons vraiment de bonnes *reviews* et ce n'est pas parce que nous payons des gens! »

Jimmy cherche tout de même un moyen par lequel ses clients pourraient partager leur expérience. Récemment, il a mis en place une toute nouvelle initiative. Lorsqu'un client laisse un avis sur Google, l'entreprise fait un don de 25 \$ en son nom. Même chose lorsqu'un client réfère à son tour un autre client.

« C'est le client qui choisit son œuvre de charité parmi les sept que nous avons présélectionnées. Ces œuvres sont enchantées de cette idée et y voient une façon de réinventer la philanthropie. »

Il n'y a pas de campagnes publicitaires pour annoncer ce genre d'initiative. Cela vient plutôt d'un fort intérêt pour la philanthropie. Pour Jimmy, les clients qui le remarquent l'apprécient, ce qui le motive à poursuivre dans cette voie.



« Ce n'est pas une démarche qui est faite pour bien paraître. »

Expérience client

Souligner le travail de toute une équipe

Depuis quelques années, l'entreprise participe au Gala les Pléiades - Prix d'excellence - de la chambre de commerce de Lévis qui célèbre la créativité, le dévouement et le leadership de la communauté d'affaires de la région.

« En 2020, nous avons appliqué pour le prix Le Constructeur qui récompense une entreprise pour ses réalisations exceptionnelles et nous l'avons remporté. »

L'année suivante, Enviro Confort applique dans deux catégories. La compagnie les remporte toutes les deux.

Ces reconnaissances augmentent le sentiment d'appartenance que les employés ont envers l'entreprise. Ceux-ci constatent également qu'ils travaillent pour l'une des meilleures compagnies de la région.

« Cette forme de visibilité facilite grandement le recrutement! »





Appartenance

En coulisse...



Jimmy Roy Président et fondateur

Jimmy n'a peut-être pas commencé sa carrière comme entrepreneur, mais il a ce côté bien ancré dans ses gènes.

« Mon grand-père paternel était entrepreneur et ma grand-mère maternelle aussi, mais une génération a été sautée, car mon père est décédé relativement jeune. »

Il a étudié en électronique industrielle et a travaillé dans plusieurs entreprises réputées telles que Bombardier, EXFO et Carrier. C'est chez Carrier, fabricant mondial et inventeur de la climatisation, que Jimmy est en contact avec cette industrie pour la première fois.

En tant que fondateur d'Enviro Confort, il s'occupe de la gestion de l'entreprise, s'implique avec les employés et s'assure de concentrer ses énergies dans le secteur résidentiel.

« Nous sommes bons dans un domaine et nous travaillons fort pour donner toujours le meilleur dans ce domaine-là sans s'éparpiller. »

Spécialiste



Une esquisse de l'avenir...

Privilégier la satisfaction de la clientèle

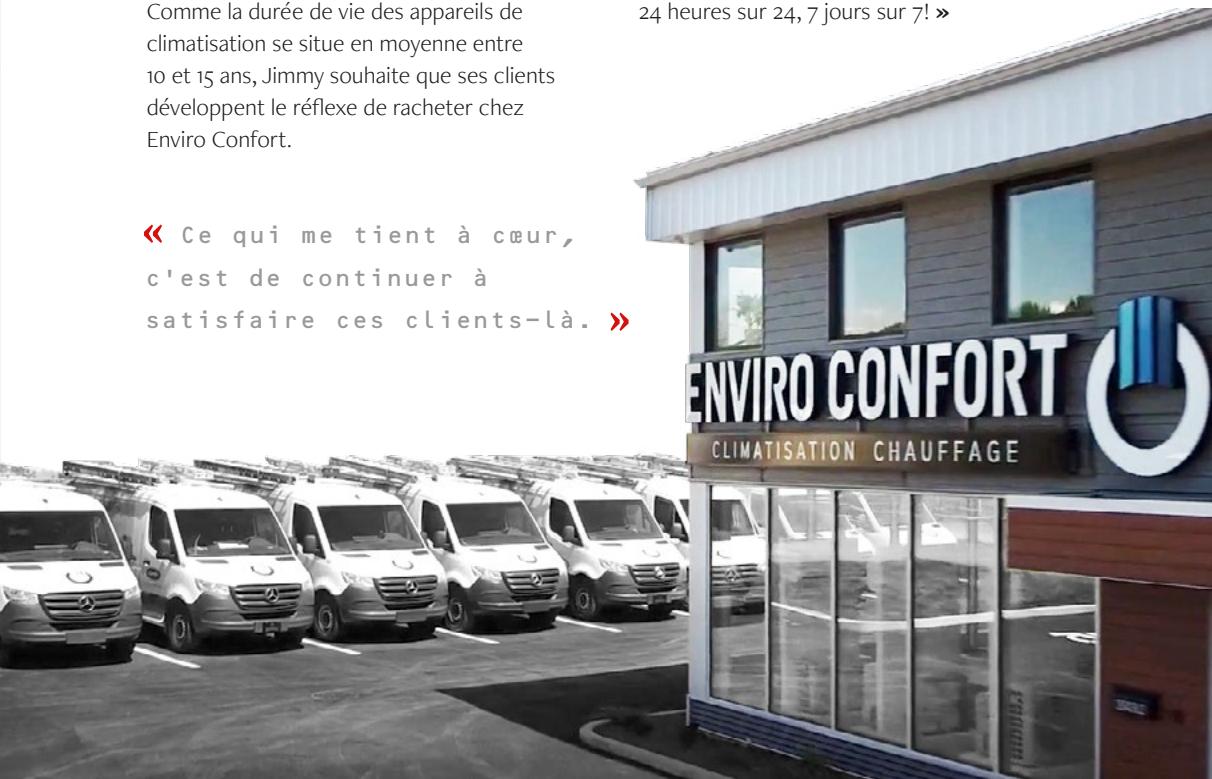
« Pour l'avenir, nous aimerais que la croissance continue. Nous avons atteint ce que nous voulions atteindre, c'est-à-dire la diversité pour assurer la pérennité de l'entreprise et cela peu importe ce qui arrive à notre entente avec Costco. Donc, la vision demeure de continuer cette croissance avec la satisfaction de notre clientèle. »

Comme la durée de vie des appareils de climatisation se situe en moyenne entre 10 et 15 ans, Jimmy souhaite que ses clients développent le réflexe de racheter chez Enviro Confort.

« Ce qui me tient à cœur, c'est de continuer à satisfaire ces clients-là. »

Et que dirait-il à ceux et celles qui désirent se lancer en affaires?

« Maîtrise le métier et le marché dans lequel tu vas te lancer. Il faut prendre le temps d'analyser, mais pas trop longtemps, et passer à l'action. Être entrepreneur, c'est rarement facile, mais toujours motivant. C'est un mode de vie, c'est quasiment 24 heures sur 24, 7 jours sur 7! »





2840, boul. Guillaume-Couture, local 102
Lévis (Québec) G6W 7Y1

418 839-3900

info@enviroconfort.com

f in

Direction de l'édition : Audrey Dallaire
Auteure : Catherine Marmen
Conception graphique : Liliane Racine
Graphiste : Marie-Hélène Taillon
Révision : Nathalie Boivin