

# JULIE « DURIEZ

HYGIENE 4D

“ Faire la une de  
IN Magazine est un moment  
très agréable à vivre avec  
un vrai gain de notoriété :  
c'est là que l'on se rend  
compte de toute la visibilité  
que cela apporte ”



# La 3D DIGITALISÉE

Voici bientôt dix ans que Julie Duriez a repris les commandes de l'entreprise de 3D (désinfection, désinsectisation, dératisation) et d'assainissement fondée par son père en 1976. Sur la Côte d'Azur et en région parisienne, Hygiène 4D développe ses solutions innovantes et écoresponsables appuyées par la digitalisation complète de ses services, pour une satisfaction client décuplée.

**Digitalised 3D** - It's been ten years now since Julie Duriez took the helm of the 3D (for disinfection, disinfestation, and de-ratting) and sanitation company founded by her father in 1976. In the French Riviera and in the Paris region, Hygiène 4D is developing innovating and environmentally sustainable solutions supported by the full digitalisation of its services, for increased customer satisfaction.

## Julie, vous avez fait la Une de IN Magazine l'an dernier : quel a été l'impact de cette couverture ?

Cela a tout d'abord permis de rappeler aux gens que nous étions là, présents depuis un certain nombre d'années, mais aussi à ceux qui ne nous connaissaient pas de nous situer et enfin de faire découvrir un métier méconnu... A titre personnel, j'ai eu beaucoup de retours et de sollicitations de personnes -proches comme plus éloignées. Cela a aussi relancé le contact avec des connaissances parfois perdues de vue et enfin, cela a permis d'associer la marque Hygiène 4D à mon image, celle d'une jeune femme à la tête d'une entreprise de 3D et d'assainissement, ce qui n'est pas très courant dans la profession ! C'était un moment très agréable à vivre avec un vrai gain de notoriété : c'est là que l'on se rend compte de toute la visibilité que cela apporte. En définitive, je pense qu'il faut vraiment le vivre pour se rendre compte de l'impact d'une telle mise en avant !

## Comment Hygiène 4D a vécu cette année ?

Nous avons finalisé la réorganisation de nos services en interne. Nous avons fait du recrutement et étoffé l'équipe administrative. L'activité en région parisienne est en croissance avec une forte demande, sur la 3D comme sur l'assainissement. Nous aimons communiquer avec notre clientèle via les réseaux sociaux, nous leur apportons du conseil et nous rappelons l'importance de faire appel à un professionnel. Nous avons beaucoup de travail en ce sens, car nos interlocuteurs sont sensibles au message que nous leur adressons de faire appel à des professionnels pour la 3D. D'autant que de nouveaux nuisibles font leur apparition, comme certains rongeurs, dont nous devons nous occuper !

## Que va-t-il se passer en 2023 ?

Nous avons totalement digitalisé le fonctionnement de l'entreprise ! Nous

mutualisons un maximum d'informations clientèle et d'informations d'interventions pour que notre réponse aux problématiques des clients soit plus rapide. Ainsi, par exemple, nous souhaitons que le prospect qui nous contacte soit immédiatement informé d'un créneau d'intervention possible. J'ai pris en charge la formation de l'ensemble des équipes à cette nouvelle solution, spécialement adaptée au business de la 3D. Quelques réglages sont à peaufiner, mais nous sommes déjà pleinement opérationnels !

Cette année, un technico-commercial viendra également renforcer notre équipe à l'agence azuréenne, tandis que nous renouvelons la flotte automobile de notre agence parisienne avec des véhicules propres (bioéthanol, électricité). Je suis très sensible à l'écoresponsabilité, dans la conduite de l'entreprise, comme dans les produits que nous utilisons (dont certains sans insecticide) et que nous commercialisons.

## Julie, you were on the cover of IN Magazine last year: what impact did that have?

Well, for one, it allowed me to remind some people that we have been present in the territory for a number of years, and it introduced us to those who didn't know much about us or our line of work... Personally, I received feedback and requests from many people, some close and some distant. It also helped rekindle my contact with acquaintances with whom I had lost touch. It associated the Hygiène 4D brand with my image, that of a young woman at the head of a 3D and sanitation company, which is a fairly rare occurrence in our industry!

It was a very pleasant experience, and it increased our notoriety: I came to realise the visibility it provides. Ultimately, it something one has to experience to fully understand the impact of such advertising!

## How has this year been for Hygiène 4D?

We completed the internal reorganisation of our services. We have recruited new personnel and increased our administrative team. Our activities in the Paris region are facing increasing demand, both in 3D and in sanitation. We enjoy communicating with our customers through social media, where we are able to provide advice and remind them of the importance of relying on professionals. We have a lot of work in this area, as our target audience understands our message and how it is important to rely on professionals for the three Ds. Especially now that new kinds of pests and rodents are beginning to appear, we can "take care" of them!

## What is in store for 2023?

We have completely digitalised our company's operations! We are pooling all the information we can about our customers and the interventions we carry out, to ensure our response to our clients' problems is as fast as it can be. For example, we want a potential client who contacts us to be immediately informed of a possible intervention time. I have ensured that all our teams are trained to use this new solution, which is especially adapted to the 3D business. There are still some fine adjustments required, but we are already fully operational. This year, a technical sales representative will join our team at the French Riviera agency, and we will be renewing our fleet of cars for our Paris agency, with cleaner vehicles (bioethanol, electric cars). I am very sensitive to the issue of environmental responsibility in the way I run the business, as can be seen in the products we use (some of which are insecticide-free) and sell.

“ Nous aimons communiquer avec notre clientèle via les réseaux sociaux, nous leur apportons du conseil et nous rappelons l'importance de faire appel à un professionnel. ”

## » PARENTHÈSE

**Du temps libre ?** « Je le consacre à beaucoup de passions manuelles : petits travaux, cuisine... Je n'oublie pas non plus le sport, avec du yoga et du pilates ».

*Nicolas is passionate... about Japan and its culture. That might explain why one of the classrooms at DSI bears the colours of Kyoto.*



www.hygiene-4d.com



Agence Côte d'Azur

04 93 74 74 00

31 chemin des tuilières - 06220 Vallauris

Agence Ile de France

01 46 56 04 44

6 rue Pascal - 92120 Montrouge



» En couverture de IN Magazine



» Découvrez l'article paru en octobre 2021