novembre 2011

Groupe Socoda

Accueil / BBI / Distribution / Socoda

Encore plus loin avec le réseau

Comme chaque année, Groupe Socoda conviait dans le courant de l'automne les fournisseurs de sa branche Outils/Pro Industrie à la traditionnelle présentation de son nouveau plan annuel d'actions et d'animations commerciales. Structuré autour de plusieurs volets, le PAAC 2012 traduit trois orientations majeures : optimiser et professionnaliser le marketing et la communication de chaque adhérent, intensifier l'utilisation des outils existants et mettre en avant le Business Durable.

En préambule à la présentation du PAAC 2012, Philippe de Beco, président du directoire de Groupe Socoda, a relevé la bonne évolution récente du groupement qu'il préside, celui-ci ayant progressé à un rythme plus soutenu que le marché. Il a rappelé l'importance du Business Durable qu'il considère comme l'un des leviers majeurs de croissance pour le groupement dans les années à venir et dans lequel ce dernier s'engageait en 2011 à travers un plan sur cinq ans reposant sur trois piliers, la citoyenneté, l'expertise et l'innovation. En la présence de Vianney Hamoir, responsable du pôle professionnel du Cofaq, il a également évoqué la stratégie commune de Cofaq et de Groupe Socoda au sein de Addok en précisant qu'en 2012, cette stratégie consisterait essentiellement à intensifier leur collaboration pour avoir plus de poids dans les négociations et à renforcer le partenariat avec les fournisseurs, ce qui se traduira notamment par la mise sur pied d'actions promotionnelles conjointes dans les deux réseaux.

Bilan 2011 positif

Le bilan du PAAC 2011 Outils Pro-Industrie qui a représenté à travers ses différents supports et actions quelque 1 800 pages au total est largement positif puisque 78% des fournisseurs ont participé à ce plan suivi par 90% des adhérents. Composée d'entreprises adhérentes du seul département Outils Pro et d'entreprises adhérant aux deux départements Industrie et Outils Pro (rappelons que depuis janvier 2011, les adhérents du département Industrie orientés vers le négoce technique représentent une catégorie spécifique qui n'est pas concernée par les PAAC), cette branche représente 78 entreprises formant un réseau de 365 points de vente réalisant un chiffre d'affaires de 750 Me. Le taux de couverture des achats réalisés auprès des 230 fournisseurs référencés s'élève à 65%.

Une démarche plus structurée

Conçu pour favoriser le développement du chiffre d'affaires et de la marge des adhérents à travers des opérations visant essentiellement à mettre en avant leurs expertises, faire de la promotion et fidéliser leur clientèle, le PAAC 2012 résulte d'une démarche que Claude Stevenoot, le directeur général du groupement, a qualifié de « plus structurée » pour permettre à chaque adhérent

d’élaborer son propre plan marketing. A l’aide du guide Comment réussir son plan d’action et d’une matrice d’aide à la décision, l’adhérent peut en effet sélectionner parmi quatre problématiques identifiées – conquête clients, notoriété/image, fidélisation de la clientèle, animation du point de vente – celles auxquelles il souhaite répondre, fixer ses priorités et choisir parmi les actions du PAAC répondant aux problématiques choisies celles qu’il mettra en place.

Les diverses solutions et actions du PAAC 2012 sont réparties en plusieurs volets. Outre la fidélisation de la clientèle visée par le Cercle Affaires et Loisirs, la possibilité de réaliser un chiffre d’affaires additionnel via des outils web, celle de mener des actions de prospection à partir de fichiers qualifiés ou encore les outils merchandising conçus pour mieux vendre les produits sur le lieu de vente, ces volets concernent le Business durable, la mise en avant des expertises du réseau, les actions promotionnelles et la création d’événements propres à intensifier le trafic dans les points de vente. En concluant la présentation du PAAC Outils Pro 2012, Claude Stevenoot a mis en exergue l’action des trois animateurs Réseau dont la mission consiste notamment à accompagner les adhérents, sur le terrain, dans la mise en œuvre de ce PAAC.

Différenciation et mise en avant des expertises

Matérialisant les engagements du groupement sur le Développement Durable, le Business Durable que nous évoquions dès l’introduction de cet article est un enjeu stratégique pour les adhérents Socoda et représente le moyen de développer leurs entreprises d’une manière différenciatrice. Trois outils complémentaires y sont spécialement dédiés, la charte Eco-Responsable présentant les valeurs et actions concrètes du réseau dans ce domaine, le guide pédagogique Comment être Eco-responsable accompagnant les clients dans cette démarche et un outil opérationnel, la Sélection Eco-responsable, qui met en avant les produits verts des fournisseurs.

Crédibiliser son expertise et apporter la preuve de cette dernière à ses clients est un autre outil privilégié de différenciation pour les adhérents du groupement. Pour la mise en avant d’expertises diverses, la liste des catalogues thématiques personnalisables à partir de la base de données produits s’élargira en 2012. Ces catalogues qui mettent en avant le plan d’offre Socoda, optimisent la cohérence des assortiments et valorisent l’offre des fournisseurs existent déjà pour plusieurs familles de produits (soudage, EPI, levage/manutention, outils électroportatifs, boulonnerie visserie).

Participant de la même logique, les Experts balayent trente thèmes différents (dont un laissé au choix de l’adhérent) répondant aux besoins du bâtiment et de l’industrie. Ils se présentent sous la forme d’un package de 28 pages permettant de répondre à un thème particulier ou de coller à une saisonnalité, de fidéliser et conquérir des clients et de se différencier sur le terrain par la valorisation des services. Cet outil d’une grande souplesse offre à l’adhérent la possibilité de choisir les thèmes et de fixer le nombre de pages ainsi que les périodes de diffusion de ses opérations Experts. Au chapitre des outils permettant la mise en avant des expertises des adhérents Socoda figure également le guide pédagogique Tout savoir sur la Sécurité au travail et, bien évidemment, les deux labels spécifiques permettant l’identification des distributeurs spécialistes des EPI et du Soudage (cf. encadré).

Différents types d’actions promotionnelles

Les journées Records, un document de 8 pages en format A4 allongé, présentera du 16 avril au 1er juin une sélection de produits commercialisés à un prix particulièrement attractif exclusivement réservée à la branche Outils Pro-Industrie. Du côté des actions promotionnelles, les adhérents Socoda pourront également lancer au cours de l’année 2012 plusieurs opérations de format A4,

Le mois de…, valable durant un mois sur une famille de produits, Promo flash, une opération ciblée et très ponctuelle déclenchée à l'initiative de l'adhérent ou encore des promos exclusives associant un fournisseur à un produit spécifique.

Les Journées conviviales, une première en 2012

La principale nouveauté de ce PAAC 2012 concerne la création par Groupe Socoda d'un événement fédérateur à toutes les branches du réseau, les Journées Conviviales. Ces journées se dérouleront entre les 25 et 29 juin, chaque adhérent choisissant le jour auquel il organisera un événement à connotation festive (comme un barbecue) ou plutôt technique. Un kit d'organisation comprenant un mailing type d'invitation et une affiche PLV avec une zone personnalisable sera mis à la disposition de chaque adhérent.

Concernant la communication du groupement, on précisera que Groupe Socoda sera présent à plusieurs manifestations régionales au cours de l'année 2012. Le groupement mettra ainsi en avant certains de ses métiers aux salons Préventica Bordeaux et Préventica Strasbourg ainsi qu'aux éditions du Sepem Industries à Avignon et à Colmar. Autre événement important pour Socoda, sa 8ème convention, accompagnée du catalogue d'action promotionnelle La quinzaine de la convention, se déroulera les 13 et 14 mars 2012.

DT

Un nouveau président pour la branche Outils Pro

Suite à la disparition brutale en juillet dernier du président de la branche Outils Pro de Socoda, Denis Forey, auquel les participants à la soirée de présentation des PAAC 2012 ont rendu un hommage ému, Denis Moin assume désormais cette responsabilité. Ce dernier dirige les entreprises rhonalpines Moreau et Appro Services qui représentent six agences, soixante-cinq collaborateurs et un chiffre d'affaires cumulé de 17 M€.

Près de 200 points de vente labellisés EPI et Soudage

Témoignant de la démarche d'un spécialiste (engagement envers le client final à travers une charte, formation technique et commerciale spécifique de sa force de vente, développement d'une offre en produits et marques innovants et qualitatifs), le label EPI et le label Soudage distinguent 194 points de vente du réseau Socoda. A ce jour, le label EPI est attribué à 27 adhérents représentant 112 points de vente et le label Soudage à 30 adhérents représentant 82 points de vente.

Faire du commerce en ligne

Pour réaliser un chiffre d'affaires additionnel, les adhérents Socoda peuvent réaliser leur propre site internet (institutionnel ou marchand) à partir du catalogue électronique établi d'après la base de données dynamique (BDD) du groupement. Un lien sur leur site internet leur permet de présenter l'ensemble de leurs documents commerciaux tandis qu'une plate-forme SMS, mail, fax leur permet d'envoyer à leurs clients et prospects des messages ciblés avec la plus grande réactivité et de suivre les résultats statistiques de chaque campagne.