

Groupe Socoda

[Accueil](#) / [BATIDISTRIBUTION](#) / [Distribution](#) / [Socoda](#)

Les Paac Décoration 2012 résolument tournés sur le Business Durable

Le 27 octobre dernier, Groupe Socoda présentait ses Paac 2012 aux adhérents du pôle Décoration. Placés sous le signe de la continuité, ils reprennent l'ensemble des outils mis à disposition des distributeurs depuis un an tout en accordant une place plus importante au Business Durable. Un axe stratégique qui doit permettre aux adhérents de s'afficher comme des spécialistes du développement durable.

Face au succès rencontré en 2011 par ses Plans d'Actions et d'Animations Commerciales (Paac), qui ont été suivis par près de 90% des adhérents, le pôle Décoration du Groupe Socoda a placé l'année 2012 sous le signe de l'accélération avec l'objectif d'impliquer encore plus de distributeurs. Pour les convaincre de jouer à fond cette carte commerciale, le groupe a édité le guide « Réussir son plan d'action » qui, pour chaque problématique (conquête des clients, notoriété/image, fidélisation clients et animation du point de vente) répertorie les outils à utiliser et les étapes de mise en place. Grâce à une matrice d'aide à la décision, ils pourront facilement identifier leurs priorités et ainsi optimiser la mise en place des Paac.

Renforcer l'expertise des adhérents

Comme en 2011, Groupe Socoda met à disposition de ses adhérents une large palette d'outils qui visent à améliorer la visibilité de l'offre. Le catalogue Les Thématiques en 24 pages, a pour objectif de mettre en avant le plan de vente Socoda, d'optimiser la cohérence des assortiments et de valoriser les offres fournisseurs. Les Experts regroupent une sélection de références par famille de produits. L'adhérent est libre de choisir quatre thématiques parmi les huit proposées (Equipement du peintre et du solier, Electroportatif, Préparations du sol, EPI, Matériels de chantier, Brosserie, gamme Saint-Luc et Colles/enduit) et ainsi renforcer son image de spécialiste. L'ensemble de ces outils est disponible à tout moment sur un support Flash accessible via un lien URL mis à jour à chaque parution de nouveaux catalogues. Initiée en 2011, l'utilisation d'Internet reste de mise pour 2012 avec toujours la mise en ligne, sur le site de l'adhérent, d'un catalogue électronique avec une base de données dynamique (BDD) et l'accès à un espace de vente en ligne.

L'expertise des adhérents de la branche Décoration sera également valorisée par le corner Secteur Pro EPI, un concept clé en main reprenant le 20/80 de la protection de la personne qui, du fait de sa complémentarité avec l'offre générale, génère une marge additionnelle.

Plus de communications

Concernant l'animation des points de vente, les adhérents du réseau bénéficient de nombreuses opérations commerciales comme les Journées 100%. Dédiées aux travaux d'intérieur et Travaux d'extérieur, ces campagnes (qui se tiendront respectivement du 1er avril au 31 mai et du 1er octobre au 30 novembre) ont pour but d'augmenter le volume des ventes via des prix attractifs. Ces opérations sont relayées dans un document de 12 pages. Citons également les Promos Exclusives qui permettent à chaque adhérent de se différencier de ses concurrents en réalisant une campagne propre à un fournisseur ou encore les promos Flash, des opérations courtes, ciblées et ponctuelles qui sont déclenchées sur l'initiative du distributeur.

La communication doit également s'intensifier dans les points de vente via de nombreuses PLV, affiches, kakémonos, signalétique extérieure et intérieure, totems..

Pour optimiser les échanges entre les adhérents et leurs clients, Groupe Socoda met à disposition de ses distributeurs une plate-forme SMS, Mail, Fax qui leur permet d'élaborer des campagnes de communication clients / prospect. Concernant la fidélisation des clients, Socoda compte toujours sur le Cercle Affaires et Loisirs, un programme clé en main exclusif qui fait l'objet d'animations tout au long de l'année et récompense les meilleurs clients (plus de 4 200 membres repartis sur 55 Adhérents) via un catalogue cadeaux annuel regroupant des avantages pro et plus de 800 cadeaux dont des voyages sur-mesure.

Intensifier le Business Durable

Il y a un an, Groupe Socoda présentait à ses adhérents la notion de Business Durable, un concept intégrant une sélection de références éco-responsables qui valorisent l'image d'acteur du développement durable du groupe tout en matérialisant cet engagement. Pour Philippe de Béco, président du directoire de Groupe Socoda, « *ce principe entre petit à petit dans les mœurs. Aujourd'hui, il faut passer la seconde et faire taire les sceptiques. Je ne suis pas en avance, ce sont les autres qui sont en retard* », a-t-il ajouté en citant Alfred Capus.

Pour 2012, en plus des outils mis à la disposition des adhérents depuis l'année dernière, le groupe a ajouté trois moyens de communication visant à renforcer cet engagement.

Tout d'abord, pour s'assurer que les distributeurs prennent en compte l'impact environnemental et social dans leur quotidien, Socoda a rédigé une Charte Eco-responsable qui présente les valeurs et notions concrètes du réseau en engageant, par leur signature, l'ensemble des adhérents. « *Par cette charte, chaque adhérent s'engage sur plusieurs actions concrètes avec des objectifs de progression. Selon le proverbe, les paroles s'envolent et les écrits restent. Chez Groupe Socoda, nous avons décidé de graver nos engagements dans le marbre* », a précisé Philippe de Béco.

Pour valoriser le positionnement du réseau dans le développement durable et accompagner les clients dans cette démarche, le groupement a également publié un guide pédagogique. Structuré en trois parties, il reprend les engagements passés et les futurs du groupe, le marché et les enjeux de la consommation durable et comprend une aide aux distributeurs (aide financière, produits, méthodes...) pour que ces derniers soient encore plus éco-responsables.

Enfin, à l'occasion de la présentation des Paac 2012, Philippe de Béco a dévoilé la mascotte qui incarne sur le terrain les actions et engagements du groupe dans le Business Durable. Appelée à être présente dans la communication du groupe cette mascotte, une feuille d'arbre coiffée d'un casque jaune Socoda, illustrera notamment la Charte Eco-responsable qui sera présentée lors de la huitième Convention Socoda qui se tiendra les 13 et 14 mars prochains au Parc des Exposition de Paris Nord Villepinte.

Nicolas Desbordes

Groupe Socoda adhère au Synamap

Sensible à la sécurité de l'homme au travail, Groupe Socoda vient d'adhérer au Synamap (Syndicat National des Acteurs du Marché de la Prévention et de la Protection). Cette adhésion permet la reconnaissance du label EPI développé par le groupement au travers des principes et orientations techniques, normatives et de formations proposées par le Synamap.

Le pole Décoration en chiffres*

21 adhérents.

118 points de vente.

62 industriels référencés.

250 millions de chiffre d'affaires.
7,66% de croissance entre 2010 et 2011.
25% de part de marché estimée.
arrêtés à octobre 2011

Socoda et Cofaq veulent renforcer Addok

Le 29 novembre dernier, les groupes Cofaq et Socoda ont organisé une rencontre avec les cents premiers fournisseurs référencés par la supra-centrale d'achat Addok afin de poursuivre leurs objectifs communs : aider les adhérents à mieux répondre aux attentes des professionnels et gagner en compétitivité pour assurer leur développement. Malgré les bons chiffres de l'année (le volume d'achats des marques référencées par Addok ont progressé de 10% depuis 3 ans), les deux groupements entendent aller plus loin dans la coopération pour gagner ensemble de nouvelles parts de marché. De nouveaux accords de partenariat ont ainsi été proposés aux fournisseurs. Ils sont axés sur les actions visant à renforcer les performances des marques sur les deux réseaux, une meilleure circulation de l'information sur les ventes en provenance du terrain, l'accompagnement simultané du lancement d'innovations ou le relais systématique de la stratégie des fournisseurs sur les deux réseaux.