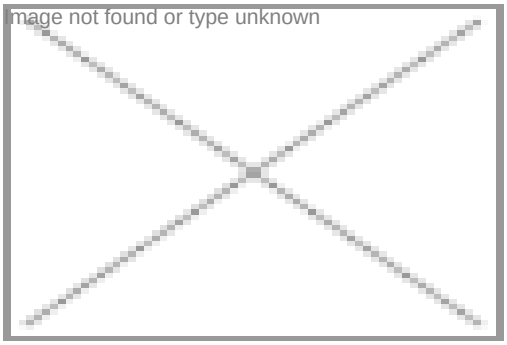
janvier 2010

Groupe Socoda

Feu vert pour les PAAC Socoda 2010



Le 4 novembre dernier, le Groupe Socoda a présenté ses Plans d'Actions et d'Animations Commerciales (PAAC) pour l'ensemble du réseau décoration qui regroupe 18 adhérents pour 92 points de vente. Si les résultats des opérations menées en 2009 semblent satisfaisants malgré un contexte économique difficile, le réseau compte poursuivre sur sa lancée en étant, comme l'indique Philippe de Beco, président du directoire de Groupe Socoda, « plus agressif tout en montrant le chemin des nouvelles règles du marché en matière de développement durable ».

Prévus pour trois ans, les PAAC Socoda 2009 avaient été entièrement revus pour s'articuler autour de trois piliers : les opérations commerciales structurantes, la réactivité en 24 heures et les animations d'enseigne. Cette année, le groupe a décidé de poursuivre cette ligne directrice en impliquant d'avantage ses partenaires fournisseurs afin de mettre le client final au cœur de la relation fournisseur/adhérent.

Lancée en 2008, l'opération « Les Journées 360° » est de nouveau proposée aux adhérents Socoda pour 2010. Présentée sous la forme de feuillets au format A4 de 8 à 12 pages, elle permet d'augmenter le volume des ventes des adhérents en pratiquant des prix attractifs. Elle sera applicable en avril et en octobre et relayée par de nombreuses PLV dédiées.

Elaborée sur des thématiques spécifiques, l'animation « Les Expertsâ€¯» est également maintenue. Destinée à mettre en avant le savoir-faire d'un adhérent, elle doit permettre de générer un chiffre d'affaires additionnel aussi bien pour les distributeurs que pour les fournisseurs. Pour cela, les adhérents de la branche Décoration peuvent choisir jusqu'à quatre thèmes parmi les familles de produits proposées : peinture, moyens d'accès en hauteur, colles et enduits, matériel de chantier, matériel de ponçage, masquage, brosserie, accessoires de décoration ou encore abrasifs. D'une durée de deux mois, cette action s'accompagne d'un catalogue propre à chaque adhérent ainsi que d'affichettes au format A4.

Pour 2010, les opérations commerciales s'élargissent avec la mise en place des « Promos Exclusives » établies par les fournisseurs de la branche afin de mettre en valeur des produits d'actualité à un prix attractif chez tous les adhérents concernés. Pour mener à bien cette action, le groupe propose un document promotionnel sous la forme d'un feuillet de 1 à 4 pages ou d'un mini-catalogue de 4 à 16 pages, réalisés sous 48 heures, qui bénéficieront d'une diffusion large et rapide.

Réagir rapidement

Le Groupe Socoda lance par ailleurs l'offre de service « Flash Info » qui doit permettre de dynamiser les ventes au sein des points de vente en répondant aux opérations promotionnelles des concurrents ou en s’inscrivant dans une tendance commercialement porteuse afin de s’adapter à la demande de leurs clients. Pour cela, les adhérents ont la possibilité de réaliser eux-mêmes leur promotion en 24 heures grâce à la mise à disposition de la banque de données Socoda ainsi que de la Tool Box qui permet la réalisation de documents promotionnels personnalisés. De plus, depuis mars 2009, les adhérents peuvent envoyer des messages personnalisés à leurs clients via une plate-forme e-mailing/fax/SMS.

Suivre les animations

Pour animer les enseignes, Groupe Socoda entend poursuivre le développement des ventes électroniques grâce à son site marchand qui regroupe aujourd’hui 3â€¯000 produits sur les 300 000 références présentes au sein du réseau. De plus, l’usage d’Internet permet d’offrir une plus grande visibilité pour les adhérents qui peuvent mettre en ligne leurs propres catalogues.

Par ailleurs, en 2010, Socoda va poursuivre ses efforts pour accompagner le client en développant des supports variés comme des kits PLV, des affiches, des kakémonos, des stop-rayons…