janvier 2014

Groupe Socoda

Socoda centre ses Paac autour du Business Durable

En mars 2013, Philippe de Béco, président du Directoire de Groupe Socoda interpellait le Premier Ministre Jean-Marc Ayrault pour lui expliquer son concept de « marge verte ». Le 21 octobre dernier, lors de la présentation des Paac (Plan d'Actions et d'Animations Commerciales) de la branche Décoration, le président a décidé de « recadrer » adhérents et fournisseurs du réseau d'abord en expliquant que Socoda n'est pas porteur de solutions pour les distributeurs souhaitant avant tout du prix plutôt que des « prix verts » puis en revenant sur le rôle des fournisseurs référencés, ces derniers devant proposer de l'innovation et de la valeur ajoutée, c'est-à-dire prioriser des produits éco-responsables et apporter plus de formations et conseils aux adhérents.

Initié par Philippe de Béco, le Business Durable est le modèle économique fondamental sur lequel Groupe Socoda conduit ses actions depuis neuf ans. Pour appliquer cette ligne directrice à l'ensemble du réseau et à la soixantaine de fournisseurs référencés pour sa branche Décoration, la centrale a mis en place des Paac qui, progressivement, portent leurs fruits et permettent aux distributeurs indépendants de résister face à la concurrence des réseaux intégrés. Ces Paac s'articulent aujourd'hui autour de trois piliers fondamentaux à savoir la dynamique commerciale, l'expertise et l'innovation.

Améliorer la dynamique commerciale

« *Depuis deux ans, Groupe Socoda a mis en place une base de travail commune entre les adhérents et les fournisseurs* », explique Claude Stevenoot, directeur de Groupe Socoda. « Ces dernières années, en termes de dynamisme commercial, n*ous avons fait énormément d'actions qui ont permis de multiplier les ventes par deux. Pour 2014, nous pouvons encore faire mieux en favorisant davantage les échanges adhérents-fournisseurs* ». La centrale a en effet remarqué un manque de cohérence entre les actions nationales des fournisseurs et les actions commerciales des adhérents, les produits issus du 20/80 étant, par exemple, sous-représentés. « *Pour renforcer la dynamique commerciale, l'offre produit doit être pertinente, les Paac encore mieux appliqués et la circulation des informations des fournisseurs vers la force de vente du distributeur plus fluide* ». Pour cela, les animateurs réseaux de Groupe Socoda dont l'une des principales missions est de coordonner les calendriers des Paac, vont intensifier leur disponibilité sur le terrain pour mieux orchestrer les initiatives commerciales et marketing des adhérents. Pour évaluer la pertinence des Paac, la centrale a décidé de mettre en place un système de mesure de la performance commerciale qui va permettre de chiffrer les actions des animateurs réseaux (ateliers de formation, visites en commun des grands comptes, présentation de nouveaux produits…). Concrètement, un adhérent (Thérond Décoration s'est porté volontaire pour 2014), va appliquer toutes les actions commerciales et en dégager les conséquences sur son chiffre d'affaire. Cela doit ainsi permettre d'analyser les actions réellement profitables à l'adhérent et celles qui le sont moins pour au final proposer des Paac pertinentes et les généraliser à l'ensemble des adhérents. Toutefois, une grande partie du chemin a semble t-il déjà été accomplie puisque, comme le souligne Frédéric Thérond (président de Thérond Décoration et de la branche Décoration de Groupe Socoda) « *les résultats des adhérents Socoda démontrent que si les Paac sont appliqués, l'augmentation du chiffre d'affaires est assurée* ».

Valoriser l'innovation

Outre la volonté des adhérents de mettre en pratique le plus fidèlement possible les Paac Socoda, l'amélioration du chiffre d'affaires des distributeurs passent également par une meilleure valorisation de

l'innovation. « *Nous avons besoin de former nos équipes commerciales aux nouveaux produits, ce qui nécessite une plus grande participation de la part des fournisseurs* », explique Frédéric Thérond. Pour Claude Stevenoot « *ce soutien technique est indispensable pour permettre aux vendeurs de tenir une argumentation cohérente vis à vis des clients et ainsi axer les ventes sur les produits innovants* ». Il convient également de mettre en avant des références qui apportent un réel avantage aux artisans (la plupart des fournisseurs mettent déjà sur le marché des nouveautés qui répondent à un vrai besoin) et de fédérer les équipes commerciales des fournisseurs et des distributeurs pour les valoriser. En 2014, les efforts seront donc partagés pour renforcer ce partenariat à trois, fournisseurs-adhérents-Groupe Socoda, Philippe de Béco ayant d'ailleurs demandé aux fabricants de s'engager via une charte éthique garantissant leur conformité aux réglementations sociales et environnementales.

Des outils pour mettre en avant son expertise

L'expertise des adhérents ne porte toutefois pas uniquement sur l'innovation et, comme le précise Frédéric Thérond, « *il n'y a qu'à visiter les sites Internet et lire la signature des adhérents Socoda comme Laurine Distribution qui est Apporteur de Solutions ou Grassin Décors qui est Tout un Monde de Solutions pour comprendre qu'ils bénéficient d'abord d'un réel savoir-faire* ». Les clients sont du fait de l'accélération de l'évolution des réglementations, de plus en plus demandeurs de conseils et d'expertises et même s'ils sont déjà régulièrement formés par la centrale ou les fournisseurs référencés, l'objectif de Groupe Socoda est de rehausser leur savoir pour qu'ils puissent faire la différence. Ainsi, outre la mise en place d'une charte d'engagement de services, il travaille à la création ou à l'attribution de labels aux adhérents émérites, à une signalétique réseau, à un portail internet et à une communication dédiée. Des guides spécialisés seront également édités régulièrement par le groupe.

Les actions de développement de l'expertise se concrétisent par la mise en oeuvre des catalogues thématiques Les Incontournables qui mettent en avant le plan d'offre général et servent, nouveauté 2014, de base à l'adhérent pour concevoir son propre catalogue. Ceux-ci seront consultables en version numérique et pourront aussi être imprimés à la demande de l'adhérent. Par ailleurs, des catalogues Les experts sont destinés à mettre en valeur un savoir-faire précis de l'adhérent (sélection des produits à partir de onze thèmes et possibilité de créer sa propre sélection), de ses services et peuvent répondre à une demande particulière ou saisonnière Enfin, les guides « Tout savoir sur… » qui existaient déjà, sont mis à jour et réédités avec les dernières évolutions de la législation, des normes, de la fiscalité…

Pour renforcer encore l'expertise du réseau, Groupe Socoda propose également des outils d'aide à la valorisation des certificats d'économie d'énergie (seule l'ITE est concernée pour la branche Décoration), avec un simulateur permettant de calculer les économies réalisables et surtout la part qui leur revient et la part à reverser aux clients.

Des actions pour le Business Durable et les promotions

En plus de ces différents catalogues produits, Groupe Socoda propose à ces adhérents des outils d'actions et de communication axés sur le Business Durable avec notamment une charte d'engagement éco-responsable qui présente les valeurs et les actions concrètes du réseau ; le guide pédagogique de l'éco-responsabilité pour aider les clients à mettre en oeuvre cette démarche ; la plaquette Développement Durable qui présente les engagements existants et futurs du groupe ; le catalogue Expert éco-responsable qui traduit concrètement le business durable par la valorisation des produits.

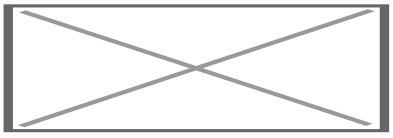
Concernant les actions promotionnelles, elles s'amplifieront en 2014 avec la tenue des Journées Promos 100% Travaux Extérieurs (1er mai au 30 juin) et 100% Travaux Intérieurs (1er septembre au 30 octobre) ; les promotions exclusives fournisseurs qui sont négociées par la centrale et réservées uniquement aux adhérents ; les promotions flash qui seront déclenchées par l'adhérent sur les produits de son choix. En marge de ces outils, Groupe Socoda entend également, à partir des données des fabricants complètes, construire un

catalogue électronique exhaustif sous forme de site vitrine, voir de site internet marchand avec moteur de recherche. En 2013, une fonction « devis panier » avait été ajoutée sur le site des adhérents pour permettre à leurs clients d'envoyer leurs demandes de devis. En 2014, une fonction « traçabilité » permettra de pousser des offres commerciales en fonction de l'historique de recherche.

Par ailleurs, Groupe Socoda participe à la communication de ses adhérents à des salons régionaux comme ce fut le cas en octobre dernier avec la présence de Thérond Décoration sur le salon Orizon qui s'est tenu au Parc Expo de Nîmes. Cette participation s'est avérée payante puisque l'adhérent a remporté le troisième prix des Trophées Orizon pour sa gamme de peintures éco-labélisées Saint-Luc'O exclusive aux adhérents Socoda.

ND

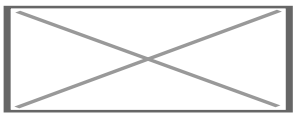
Naissance de Iris Décoration



Groupe Socoda, le groupement Agir (distribution de peintures et de produits de décoration professionnels) et Jefco (réseau de distribution intégré du groupe Allios proposant une gamme complète de peintures et de produits de décoration destinés aux peintres professionnels) se sont unis pour créer Iris Décoration, une centrale de référencement dédiée aux professionnels de la décoration. En se positionnant sur tous l'univers du marché de la décoration (à l'exception de la peinture), cette nouvelle structure est la réponse des trois fondateurs à la concentration grandissante du marché. Dans le cadre d'un processus de référencement unifié et harmonisé, Iris Décoration a pour mission d'obtenir les meilleures conditions d'achats pour en faire bénéficier ses adhérents.

Sur le marché national de la décoration professionnelle (estimé à 2,7 milliards d'euros en 2012),

Iris Décoration réalise un chiffre d'affaires d'environ 430 millions d'euros, soit une part de marché de 16% qui s'élève à 39% si l'on tient compte uniquement de la distribution indépendante. A l'horizon 2015, Iris Décoration devrait compter, dans son référencement, une quarantaine de fournisseurs.



La structure est présidée pour les trois prochaines années par Philippe de Béco, Président du Directoire de Groupe Socoda. La gouvernance d'Iris Décoration sera ensuite assurée par mandat de trois ans par chacun des directeurs des groupes associés.