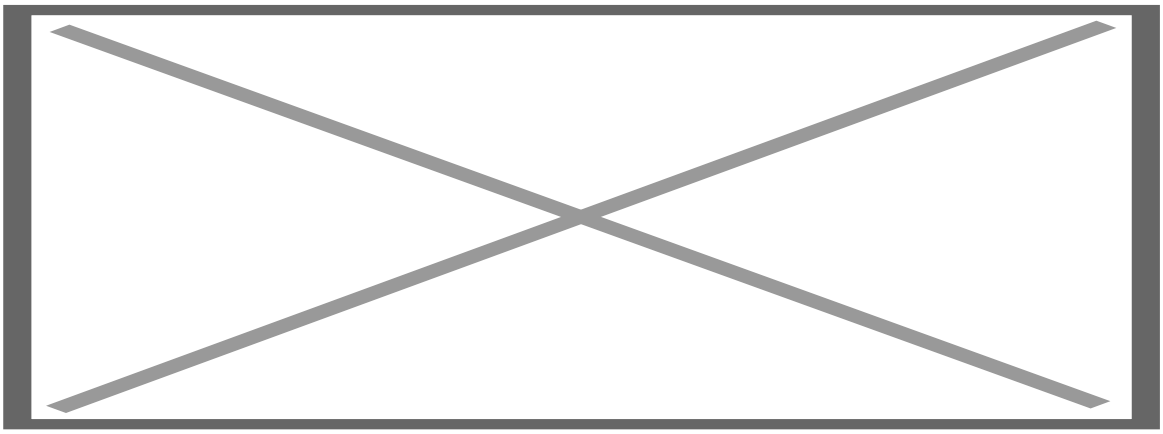
juillet 2018

DomPro

Etape majeure dans la transformation du réseau

Figurant parmi les premières concrétisations de la politique de convergence de DomPro visant à fédérer les adhérents autour de piliers communs, le showroom de l'enseigne reproduit dans les locaux du siège de la centrale, à Roissy, était inauguré le 24 mai dernier, deux mois tout juste après la présentation en vidéo et en avant-première au Forum des Pros de cet espace matérialisant le nouveau plan de vente.



S'adressant aux adhérents et fournisseurs présents à cette inauguration, le DG de DomPro, Philippe de Miribel, a rappelé certaines des convictions fortes de l'organisation qu'il pilote et notamment, l'impérieuse nécessité pour les distributeurs indépendants que sont les membres de DomPro d'adopter un nouveau mode de fonctionnement, face à l'évolution de la distribution : « *Les membres de DomPro sont et resteront des entrepreneurs indépendants mais la mutualisation des ressources et des efforts, au-delà même des achats, est aujourd'hui une nécessité pour apporter au client la valeur ajoutée qu'il attend, avant, pendant et après la vente, laquelle est indispensable à la pérennité de leurs entreprises*. »

Pour les dirigeants de la centrale, les principaux défis à relever tiennent à l'offre, à l'accès à cette offre et à la relation humaine instaurée entre le distributeur et son client. « *Chez DomPro* » affirme Christophe Bague, directeur des achats et responsable de la Supply Chain, *« Nous croyons à l'incarnation de la relation locale véhiculée par un chef d'entreprise indépendant soucieux de développer son entreprise à travers le service rendu au client* ».

Ces convictions sont à l'origine de la stratégie de développement de DomPro visant à faire converger adhérents, fournisseurs mais aussi clients finaux vers une gamme, un plan de vente et un plan de stock communs.

Une offre adossée à des services transversaux

Faisant référence au showroom matérialisant le nouveau plan de vente, Christophe Bague évoque un contrat de confiance liant DomPro avec ses adhérents et ses prospects indiquant, quant aux derniers, que les non spécialistes de la quincaillerie et de la FI seront les bienvenus au sein de l'organisation en pleine transformation.

L'implantation de ce nouveau concept déployé sur 250 m² qui « *met en avant la marque DomPro et non plus le marketing des fournisseurs* » relève Michel Keime, responsable du développement et de l'animation

réseau, n’est pas une obligation pour les adhérents de la centrale roisséenne « *Mais, s’il est implanté, l’adoption d’une offre commune, véritable colonne vertébrale du concept, est non négociable* ». Co-construite par les chefs de produits de la centrale et les adhérents, cette offre est à ce jour composée de 3 000 produits différents relevant des trois métiers de l’enseigne, le bâtiment, la FI/Quincaillerie et les EPI. Si l’on considère les diverses déclinaisons des gammes (coloris, tailles, conditionnements…) composant ce plan de vente, ce dernier totalise 8 000 références approvisionnées auprès de 94 fournisseurs (soit environ un quart des fournisseurs référencés par la centrale). Concernant la disponibilité des produits dont l’éventail est susceptible d’évoluer au fil du temps, l’ensemble des références seront stockées d’ici 2019 sur la plate-forme DomPro et disponibles à J+1 ou J+2. Dans le cadre du partage du nouveau plan de vente, former aux produits concernés les ATC itinérants du réseau est l’un des chantiers importants à venir pour DomPro.

Autre ‘‘brique’’ du projet, un site marchand sera mis à la disposition des adhérents déployant le showroom DomPro dans l’objectif de favoriser la vente en ligne en local.

Plus de 20 showrooms à la fin 2019

Proposé clés en mains (offre produits, agencement, informatique et site internet) aux points de vente du réseau, le showroom DomPro sera adossé à l’intranet MyDomPro, opérationnel depuis l’an dernier, ainsi qu’à l’ERP de l’organisation. Concernant le système d’information de l’entreprise, on ouvrira ici une parenthèse pour mentionner que le nouvel ERP dédié aux adhérents, très prochainement opérationnel, était présenté à l’occasion de la soirée d’inauguration du showroom. Cet ERP qui sera interfacé avec l’ERP centrale récemment mis au point, pour plus d’efficacité, sera un outil opérationnel dans d’innombrables domaines, achats, ventes, stocks, statistiques, comptabilité...

Après une implantation d’ici la fin de l’année chez trois à cinq adhérents, le showroom DomPro devrait être présent dans une vingtaine de points de vente supplémentaires à la fin de l’année 2019, les responsables de l’enseigne précisant « *faire les choses avec justesse et pragmatisme sur un rythme soutenu mais sans qu’il s’agisse d’une course de vitesse*. » Ce qui n’empêche pas DomPro d’avancer à grands pas dans les étapes de sa transformation. Le Forum des Pros 2019 qui se tiendra les 13 et 14 mars (le lieu n’est pas connu à ce jour) donnera l’opportunité de mesurer le chemin parcouru.

DT