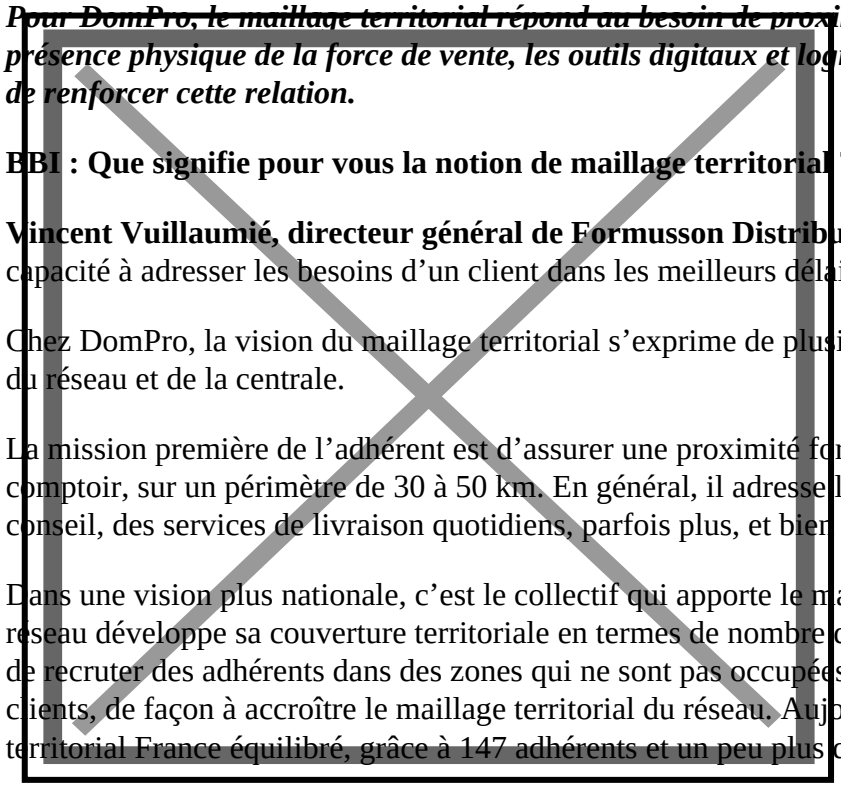
juillet 2024

DomPro

« Le collectif apporte le maillage territorial »

Pour DomPro, le maillage territorial répond au besoin de proximité et de services d'un client. Outre la présence physique de la force de vente, les outils digitaux et logistiques sont un moyen pour le distributeur de renforcer cette relation.



BBI : Que signifie pour vous la notion de maillage territorial ?

Vincent Vuillaumié, directeur général de Formusson Distribution : Le maillage territorial, c'est la capacité à adresser les besoins d'un client dans les meilleurs délais, en termes de conseil et de produits.

Chez DomPro, la vision du maillage territorial s'exprime de plusieurs façons, du point de vue de l'adhérent, du réseau et de la centrale.

La mission première de l'adhérent est d'assurer une proximité forte à travers sa force de vente et son comptoir, sur un périmètre de 30 à 50 km. En général, il adresse la réponse au client avec du relationnel, du conseil, des services de livraison quotidiens, parfois plus, et bien entendu de la disponibilité produit.

Dans une vision plus nationale, c'est le collectif qui apporte le maillage territorial. Dans sa vision macro, le réseau développe sa couverture territoriale en termes de nombre d'adhérents. Le rôle de la centrale est alors de recruter des adhérents dans des zones qui ne sont pas occupées, où il n'y a pas de proximité envers les clients, de façon à accroître le maillage territorial du réseau. Aujourd'hui, DomPro a plutôt un maillage territorial France équilibré, grâce à 147 adhérents et un peu plus de 200 points de vente.

BBI : Quels sont les éléments qui, aujourd'hui, contribuent au développement du maillage commercial/territorial d'un distributeur ?

V. V. : Pour l'adhérent, il s'agit toujours de renforcer et d'affirmer sa présence auprès de ses clients et d'assurer la disponibilité des produits, physiquement et par différents moyens, comme le digital et des solutions logistiques efficaces. Les outils digitaux, marketing et logistiques proposés par la centrale Dompro permettent donc à l'adhérent de renforcer ce modèle. Nos distributeurs indépendants peuvent ainsi assurer les mêmes services et la même réponse aux besoins clients qu'un négoce intégré national. C'est pour cela que nous accélérons les services proposés par la plate-forme, avec un référencement qui s'enrichit tous les ans, la livraison directe chez le client et, cette année, le cross-docking et le drop-shipping. Le renforcement de l'offre disponible en 24/48 h est pour l'adhérent un véritable atout.

BBI : Quel est, selon vous, le rôle du point de vente et de la force commerciale dans la recherche d'un maillage...

Veuillez vous identifier pour consulter la totalité de l'article.

Vous avez perdu votre n° d'abonné. N'hésitez pas à nous contacter. Valider

Vous n’avez pas de n° d'abonné ?
Abonnez-vous pour bénéficier de nos revues et l'accès à l'intégralité des articles !

S'abonner à la revue