juillet 2022

Socoda

Accueil / BBI / Distribution / Socoda

Le déploiement d'un modèle collaboratif

En pleine transformation, le réseau Socoda capitalise aujourd'hui sur la diversité de ses métiers, l'expertise de ses distributeurs et leur présence sur tout le territoire pour accélérer sa transformation. Cette mutualisation de ses forces, tant en termes d'offres, d'approvisionnement, de logistique que de digitalisation s'appuie aujourd'hui sur des outils souples, personnalisés au besoin de chacun et doit permettre d'affirmer la différence du réseau sur le marché.

La transformation est en marche chez Socoda. En janvier 2020, lorsque Pauline Mispoulet est nommée présidente du directoire, le réseau d'indépendants, qui rassemble 200 distributeurs réalisant un chiffre d'affaires global de 3,3 milliards d'euros, tout métier confondu, sait déjà qu'une transformation est nécessaire pour inscrire le groupe dans une nouvelle dynamique. « *Mon rôle a été de comprendre l'existant, la diversité des métiers et de poser la question sur ce qui fait sens et intérêt communs pour tous, dans cette diversité de métiers, de tailles d'entreprise, d'implantations géographiques…* »

La réponse est claire : les distributeurs du groupement sont tous des entrepreneurs patrimoniaux, locaux, très attachés à la qualité de service et à la relation client au sens humain du terme, sans oublier leur forte expertise métier dans leurs branches respectives. « *Un autre point fait sens commun : la conviction que nos distributeurs ont un avenir ensemble. Finalement, c'est parce qu'ils sont dans un groupement, qu'ils restent indépendants. Le groupe renforce leur indépendance*. »

Transversalité

Loin d'être une faiblesse, la diversité des métiers des distributeurs de Socoda apparaît donc comme une force, une source d'opportunités. Un constat qui s'exprime concrètement à travers la mise en place, l'an dernier, de category managers en charge d'une famille de produits spécifique (Outillage, EPI…) et travaillant pour l'ensemble du réseau. Désormais, un distributeur quel que soit son métier peut donc s'approvisionner dans n'importe quelle catégorie de produits chez Socoda. *« Il n'y a que chez Socoda qu'ils peuvent le faire. La question de la transversalité est pour moi essentielle. Nous savions aussi que c'était souhaité par nos fournisseurs. C'est une chance qui leur est donnée de vendre leurs produits sur toutes les branches. Et pour les distributeurs, c'est la possibilité d'avoir un expert de chaque catégorie de produits en mesure de les aider à développer une gamme crédible pour bien répondre aux besoins de leurs clients.* »

Mutualisation

Surtout, la priorité a été de mettre les différents métiers du groupe au diapason d'un environnement global lui-même en pleine évolution, en particulier sur le plan du digital. L'arrivée de Vincent Kuss pour piloter la transformation a rapidement été suivie par celle de Henri Danzin, en charge du marketing et digital business. « *Pour reprendre à la base les fondamentaux du digital, nous devions avoir des personnes en interne qui ont l'expertise de faire les transformations nécessaires.* »

Evidemment, pas de marketing ni de digital business sans colonne vertébrale solide, c'est à dire sans un PIM de bonne qualité. Si cette démarche n'est pas nouvelle chez Socoda, elle ne s'appuie plus aujourd'hui sur une solution standardisée. « *Un réseau d'indépendants, c'est une mosaïque de besoins très différents. La solution unique...*

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