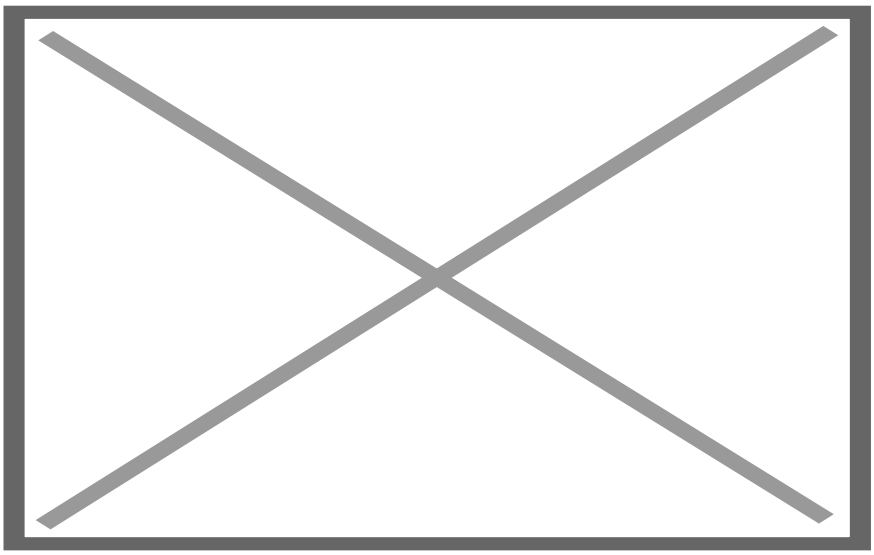
juin 2023

Socoda

Nouveau Mood

Socoda a profité de sa Convention Partenaires, qui a rassemblé 300 fournisseurs partenaires et 70 distributeurs, pour dévoiler les principaux axes de sa stratégie qui s'appuie notamment sur de nouveaux outils marketing et de services, associant toujours plus l'omnicanalité et la digitalisation.



Lors de sa dernière Convention Partenaires, qui s'est déroulée le 30 mars, à la salle Gaveau à Paris, Socoda a réuni pour la première fois exclusivement ses fournisseurs Premium et Elite. Il faut dire qu'à eux seuls, ces derniers assurent 70% du chiffre d'affaires du réseau. Plus de 300 fournisseurs partenaires et 70 distributeurs étaient ainsi présents.

Cette matinée d'échanges a démarré sur la météo des branches et les chiffres clés de l'année 2022. La plus forte croissance est observée du côté de la branche sanitaire-chauffage, en hausse de 13% à 345 millions d'euros. Représentant un chiffre d'affaires de 440 millions d'euros, les distributeurs Outils Pro et Industrie ne sont pas en reste (+6,5%), de même que ceux du secteur Electricité (+8,9% pour 470 M?). La branche Décoration a moins progressé (+2,5%, à 420 M?), tandis que les Aciers, compte tenu de la période passée, sont logiquement en retrait de 9% (440 000 tonnes).

Stratégie omnicanale

La convention a surtout permis à la direction du groupement de présenter le Mood (marketing omnicanal on demand), qui vient remplacer les précédents Paac. Tourné résolument...

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