

Village Entrepros

[Accueil](#) / [BBI](#) / [Fournisseurs](#) / [Animations commerciales](#)

Troisième tour de France de la distribution

Le Village Entrepros reprend la route en cette année 2014 avec quatre partenaires industriels, à savoir Fein, Sam Outillage, Kopram (Lenox, Erko et cette année Irwin), et pour la première fois Abus. Le principe fondateur de ce village itinérant constitué de chapiteaux gonflables, chacun affecté à une marque, est conservé avec un tour de France des quincailleries et fournitures industrielles organisé en 36 étapes événementielles au cours desquelles sont rencontrés de nombreux clients des distributeurs invitants. Cette année, cette tournée sera découpée en trois périodes pour optimiser les résultats avec une première phase qui se déroulera entre fin mars et début mai, une seconde qui débutera fin mai, après les ponts, et s'arrêtera fin juillet, et une troisième qui s'échelonnara de début septembre à fin octobre. Les étapes sont d'une durée de deux jours avec une ouverture non-stop sur les heures de travail, un buffet à midi et parfois, à l'initiative du distributeur hôte, une soirée VIP qui permet notamment de cibler les personnels de direction, moins libres de leur temps en journée.

Pour cette campagne 2014, ainsi que l'indique Hugues Lecomte, directeur de l'agence Do It en charge du projet Village Entrepros, l'ambition est d'augmenter encore la fréquentation des entreprises clientes de distributeurs afin de fournir le retour le plus intéressant possible aux industriels participant à cet événement. Cette fréquentation, qui a fortement augmenté entre 2012 et 2013 pour atteindre une moyenne de 126 entreprises reçues à chaque étape, devrait ainsi franchir la barre des 200 si l'objectif est atteint. Pour ce faire, en complément du travail de préparation effectué par les distributeurs, les marques partenaires du Village Entrepros ont établi un programme de communication vers les visiteurs des années précédentes – via les fiches de contact – pour créer du lien et les informer sur leurs produits et leur actualité. Par ailleurs, chaque étape devra faire l'objet d'offres commerciales incitatives afin de renforcer l'impact commercial de la manifestation.

Concernant les distributeurs participant à cette tournée de 36 dates, ceux qui ont déjà joué pleinement le jeu avec les industriels promoteurs de l'opération sont reconduits naturellement. Le renouvellement est ensuite assuré par les nouveaux entrants, demandeurs de cette animation pour leur établissement, par l'absence temporaire de certains qui privilégient une participation tous les deux ans, et par l'arrivée d'Abus dans le quatuor des fournisseurs qui, par son offre purement quincaillerie, peut intéresser une frange de distributeurs différente.

Signalons également pour cette année quelques améliorations techniques et logistiques pour le montage des chapiteaux, la mise en place d'un agenda partagé pour les forces de vente des quatre industriels afin de coordonner les relations avec les distributeurs et l'organisation d'une réunion générale rassemblant ces mêmes commerciaux pour les préparer à l'événement.