



ETUDE DE CAS



Groupe SEB : avoir une visibilité totale sur les merchandisers déployés au Kenya Modern Trade

ÉQUIPEMENT/ BIENS INDUSTRIELS KENYA



Le client

Le Groupe SEB est le leader du petit électroménager avec jusqu'à 30 marques reconnues, telles que Moulinex et Tefal, et une implantation mondiale dans près de 150 pays. Ils ont des bureaux dans 60 pays avec plus de 33 000 employés. Parmi ces 60 pays se trouve le Kenya, qui est leur centre d'opérations et de distribution pour l'Afrique de l'Est.

Le défi

Les produits du Groupe SEB sont perçus comme étant de qualité et à un prix majoré par rapport aux autres offres du marché. La stratégie de vente a donc été de reconnaître la nécessité de mettre en place une équipe d'ambassadeurs de la marque, sous contrat avec une agence tierce, pour dialoguer directement avec les clients lorsqu'ils achètent des produits. 25 promoteurs ont été postés au sein des points de vente, généralement dans les magasins Modern Trade tels que Naivas, Carrefour, Tusksys, etc. Les Brand Ambassadors sont également en charge d'effectuer des audits de stock réguliers dans les points de vente. L'équipe des ventes est dirigée par Ken Odipo qui est le superviseur de l'ambassadeur de la marque et l'analyste des données.

Avant l'adoption de la solution numérique Optimetriks, les ambassadeurs de la marque enregistraient les audits

des ventes, de la vente au détail et des stocks sur des papiers qu'ils envoyaient à Ken pour collation et analyse, généralement via WhatsApp. Les défis rencontrés avec cette façon de travailler comprenaient :

- *La compilation de données précises prend du temps et est sujette aux erreurs*
- *Mauvaise qualité des données (comme le lieu et l'heure de l'audit)*
- *Aucun enregistrement numérique des audits individuels*
- *Extraire des rapports significatifs pour la direction sur la dynamique du marché, etc.*

Du côté de l'équipe centrale basée en France, les points douloureux étaient :

- *Besoin d'avoir des données fraîches sur les ventes à déclarer.* Les chiffres de vente facturés aux distributeurs peuvent

en effet dater de plusieurs mois par rapport aux données de vente en magasin compte tenu du délai d'exportation des produits

- *Nécessité de connaître la performance individuelle de chaque marchandiseur* pour s'assurer que les incitations sont correctement versées
- *Besoin de connaître les KPI des ventes et des stocks* pour mesurer la distribution numérique, pousser le distributeur pour les niveaux de stock, etc.



Ken Odipo,
Analyste de données
Groupe Seb Kenya

La solution

Cartographier les points de vente

Après une phase pilote, le Groupe SEB a été convaincu d'adopter notre application mobile Android, Smala, comme outil de reporting pour les promoteurs. Trois flux de travail ont été conçus pour numériser leurs activités de routine :

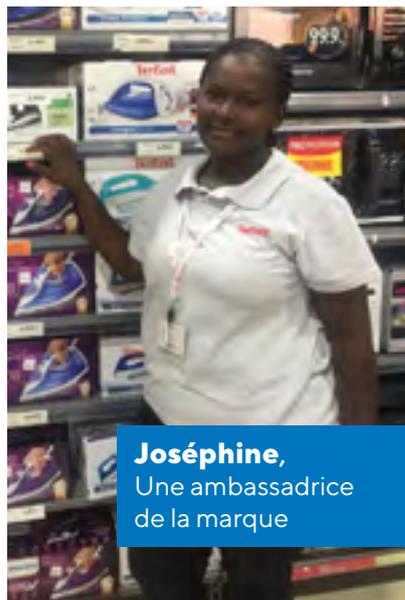
- **Enregistrement de l'heure d'arrivée et de départ au point de vente** grâce à une fonction d'enregistrement GPS
- **Capturer chaque vente individuelle effectuée** avec un client. Cela se fait en naviguant dans la matrice qui catégorise les produits.

- **Effectuer des audits hebdomadaires complets des stocks** pour identifier les lacunes potentielles dans les points de vente, entraînant une perte de ventes

Les données saisies par les promoteurs sont automatiquement agrégées et affichées sur des tableaux de bord de reporting en direct, qui permettent au Groupe SEB et à la direction locale d'extraire des informations précieuses des activités sur le terrain.

Les performances des ventes peuvent être suivies

quotidiennement pour chaque promoteur individuel, même s'ils sont basés en dehors de Nairobi.



Joséphine,
Une ambassadrice de la marque

L'impact

L'impact ressenti sur le terrain est que grâce à Smala, les Brand Ambassadors ont désormais une discipline encore plus grande, ils arrivent toujours à temps dans leurs points de vente et ne repartent

qu'une fois leur quart de travail terminé.

«Cela a facilité mon travail, car, d'un coup d'œil, je peux facilement vérifier toutes les activités de l'entreprise au sein de Smala, je peux vérifier

qui a signalé, qui n'a pas signalé, je peux voir les ventes pour une période particulière, et je peux faire des suivis.»

Ken Odipo, directeur des ventes au Kenya



Rencontrer
un expert





adisa/

A propos de ADISA

ADISA digitalise les process métiers
autour des besoins fondamentaux des PME.

Contact Info

 **+225 07 07 71 47 47**

 **contact@adisa.digital**

 **www.adisa.digital**