



ETUDE DE CAS



Jibu : digitalisation des Opérations Commerciales des Franchisés Eau en Afrique

ACCÈS À L'EAU AFRIQUE DE L'EST





Le client

L'un des principaux problèmes en Afrique de l'Est est l'impossibilité d'accéder à l'eau à un prix abordable. Puisqu'il existe une compréhension de la nécessité de boire de l'eau potable, les gens prennent principalement l'eau du robinet et la font bouillir. Malheureusement, le procédé n'est pas le plus pratique car il n'élimine pas les contaminants de l'eau et les coûts qui y sont associés sont élevés pour les populations les plus pauvres.

Jibu est une entreprise sociale dont la mission est de capitaliser et d'équiper les entrepreneurs des marchés émergents pour créer un accès abordable à l'eau potable (jibuco.com). Ils combinent le modèle de franchise offrant un financement d'actifs aux entrepreneurs locaux afin qu'ils puissent créer des entreprises locales pour purifier l'eau contaminée dans leurs quartiers et contribuer à mettre fin à la crise de l'eau.

Le défi

Le modèle de distribution des franchises de Jibu consiste à effectuer le processus de purification de l'eau dans les communautés urbaines et périurbaines à forte densité, et à se concentrer sur les quartiers à distance de marche de la devanture. L'entreprise a un modèle commercial décentralisé et hyper-local qui lui permet de maintenir les dépenses à un niveau bas. Par exemple, se concentrer sur les personnes mal desservies vivant à proximité permet d'éliminer les coûts de transport. De plus, il n'y a pas d'intermédiaire ou de majoration de détail puisqu'ils vendent directement aux consommateurs. Enfin, les

bouteilles étant réutilisées, les clients versent une consigne unique et échangent ensuite les bouteilles contre des bouteilles pleines en ne payant que l'eau.

Jibu sert ses clients directement ou indirectement. Il existe trois principaux types de ventes qu'ils effectuent : les ventes sur le terrain, les commandes et la livraison, et les ventes sans rendez-vous. Chaque franchise a au moins un directeur de franchise, un directeur de production et un cavalier. Le gérant de franchise joue également le rôle de directeur des ventes dans la plupart des cas.

L'efficacité est un facteur clé dans les opérations de Jibu. Étant donné que le cœur de marché est la population qui n'a pas les moyens d'acheter quotidiennement de l'eau potable, l'entreprise doit maintenir ses dépenses à un niveau bas pour atteindre ses objectifs. Au cœur du modèle opérationnel de Jibu se trouve la numérisation des activités des franchisés afin qu'il y ait un niveau de productivité décent et un potentiel pour faire évoluer le modèle commercial à un niveau supérieur.

La solution

Jibu recherchait une solution informatique à la fois suffisamment mature pour soutenir sa croissance et flexible pour être adaptée à la manière dont elle mène ses opérations. Une exigence clé était également d'être compatible avec les environnements à faible connectivité et une approche mobile d'abord, car tous les utilisateurs interagiraient principalement avec la solution via leurs smartphones.

1. Numérisation et automatisation des processus de vente

L'application FieldPro a été implémentée pour automatiser les processus de vente des franchises. Pour y parvenir, trois flux de travail principaux ont été créés en fonction des trois types de ventes que chaque franchise effectue :

- **Ventes sur le terrain :** le coureur rend visite aux clients réguliers et pousse le produit sans aucune précommande. Ils sont capables de capturer des informations dans l'application mobile telles que le client, la quantité de SKU, le montant, le type de paiement, entre autres. Les tâches de suivi consistent en un calcul automatisé du montant à recouvrer et de la date de recouvrement prévue (si crédit). Une autre tâche de suivi est le statut de retour de la bouteille.
- **Commandes et livraison :** le franchisé reçoit une commande (du client ou du centre d'appels Jibu) qui doit être expédiée à son livreur. Le passager

reçoit une tâche dans l'application mobile pour livrer une commande. Dans la tâche, tous les détails de la commande sont disponibles, avec l'application mobile FieldPro, les responsables peuvent capturer des informations pour enregistrer la commande telles que le client, la quantité SKU, la date de livraison prévue, entre autres. Les tâches de suivi consistent à créer une tâche « Expédier / Conclure une vente » sur l'utilisateur du passager dans l'application mobile.

- **Vente sans rendez-vous :** le client entre dans le magasin et effectue un achat « au comptoir ». Le client peut ne pas être un client régulier et vouloir simplement acheter une bouteille sans donner ses coordonnées. Le gestionnaire est en mesure de capturer des informations sur les détails du client (non primordial), la quantité de

SKU vendues, le montant, le type de paiement ou des commentaires supplémentaires dans l'application mobile.

Après la mise en œuvre de chaque flux de travail, les utilisateurs peuvent gérer leurs tâches via l'application mobile FieldPro.

Dans un premier temps, le franchisé vérifie chaque matin les commandes en attente et expédie les produits aux coureurs pour livraison. Il enregistre le nombre de produits remis à chaque coureur au début du voyage. Pendant la journée, il capture les commandes et les attribue aux livreurs pour livraison, s'occupe des clients « sans rendez-vous » et enregistre la dette et le retour des bouteilles. À la fin de la journée, le gestionnaire obtient les détails de la production et du gaspillage d'eau, et est en mesure de concilier la réservation et le retour des coureurs de manière plus précise et plus simple.

Deuxièmement, les coureurs utilisent l'application mobile pour sélectionner un itinéraire et cartographier tous les points de vente qui doivent être visités pendant la journée. Ils sont en mesure de vérifier s'ils ont des commandes à livrer, ils

peuvent donc aller chercher les produits chez le franchisé et prendre la route pour rendre visite aux clients. Chaque fois qu'ils sont avec un client, ils peuvent s'enregistrer chez lui et renseigner les informations des KPI qui se produisent à

ce niveau tels que les ventes réalisées, les bouteilles collectées, les paiements. À la fin de la journée, les coureurs peuvent concilier les ventes avec le gestionnaire via l'application mobile.

2. Mise en place de flacons et suivi de production

D'autres workflows ont été mis en place pour les activités Refill comme la production et le suivi des déchets principalement utilisés par le responsable de production. Il existe également des flux

de travail liés aux bouteilles, tels que les rapports de bouteilles cassées, l'achat de l'inventaire des bouteilles et la collecte des bouteilles qui sont utilisés par les gestionnaires de franchise et les coureurs

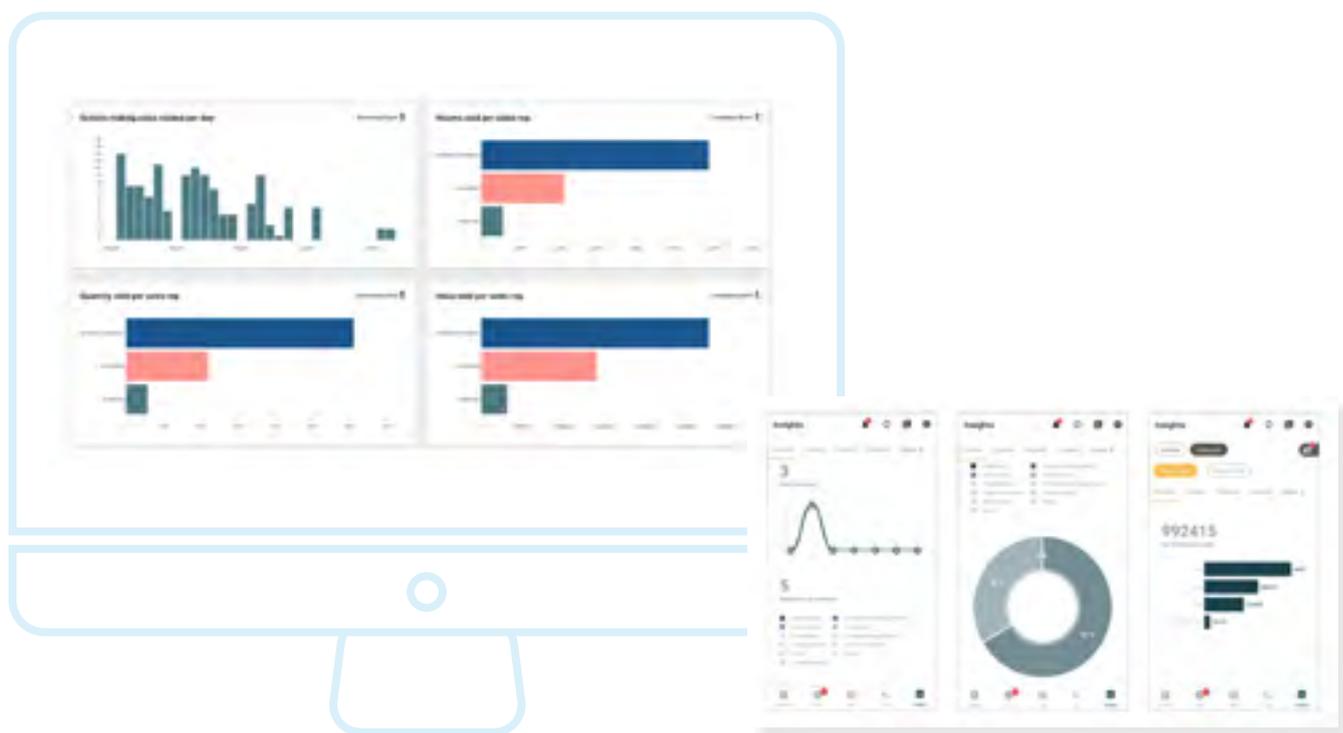
pour le rapprochement en fin de journée. Enfin, le compte de résultat a également été créé pour que les gérants de franchise puissent suivre l'aspect financier de l'entreprise.

3. Suivi des performances opérationnelles et financières :

Les gestionnaires de franchisés peuvent accéder à des informations commerciales basées sur leurs opérations via le Web et l'application mobile. L'application Web affiche les informations des clients,

les détails de l'inventaire, les profits et les pertes, le temps travaillé et affiche un aperçu des ventes, des commandes et des livraisons effectuées. Grâce au mobile, les utilisateurs peuvent accéder

au suivi de la dette, au rapport sur les revenus et la trésorerie, au rapport sur le volume et la bouteille, au rapport sur la production et les déchets et au suivi de la création de clients.



L'impact

FieldPro et Jibu ont commencé à s'associer en 2020 pour numériser les opérations de vente des franchisés dans le but d'automatiser les processus. Au cours des 12 derniers mois, nous avons pu déployer notre solution dans tous leurs pays africains : Ouganda, Zambie, Tanzanie, Rwanda, Kenya, Burundi, Congo. Cela représente au total 500 franchisés, 1 500 utilisateurs et 30 000 clients desservis.

Jibu surveille l'adoption en comparant l'eau produite / les ventes attendues suivies par des capteurs et les ventes capturées dans l'application. Il y a également une formation constante des franchisés sur les fonctionnalités et l'utilisation de l'application avec un personnel de formation dédié dans chaque pays.

Les utilisateurs voient un grand avantage à utiliser cet outil pour améliorer leur efficacité comme le dit Vincent, Franchisee Manager de Lavington Branch à Nairobi : « L'application nous aide à rapprocher les ventes et à gérer notre activité au quotidien, c'est une clé composante de notre activité. J'aime vraiment ça. »

Au niveau de la direction également, il y a une nette satisfaction quant à la pertinence de FieldPro en tant qu'outil technologique approprié pour soutenir la croissance de l'entreprise.

«FieldPro a donné à nos partenaires un excellent outil pour bien gérer leur entreprise».

Isaac Kiuka, responsable mondial de l'informatique, Jibu co.

«FieldPro est une application hautement personnalisable conçue pour la chaîne de distribution du dernier kilomètre. Sa conception intuitive et conviviale facilite l'adaptation à différentes catégories d'utilisateurs telles que les cyclistes, les propriétaires de magasins, les commerciaux, etc. Enfin, ce n'est pas seulement le produit lui-même mais aussi toute l'équipe Optimetriks qui fait de l'expérience avec FieldPro une expérience formidable. L'équipe est très dévouée, dynamique, amicale et toujours rapide à répondre. Le partenaire idéal pour les organisations en pleine croissance.»

Tim Kasperidus, directeur de l'exploitation, Jibu co.



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**