



ETUDE DE SATISFACTION DES DISTRIBUTEURS

Synthèse des principaux enseignements

Synthèse des principaux enseignements

Forces Identifiables chez SODISCA

Gestion de la Communication Directe

SODISCA parvient à entretenir une communication efficace via des rencontres en personne et des réunions régulières avec les distributeurs, favorisant ainsi un lien direct et une meilleure compréhension des besoins des grossistes.

Fidélité des Grossistes

La majorité des grossistes collaborent avec SODISCA depuis plus de 15 ans, démontrant une relation de confiance solide et durable avec l'entreprise.

Qualité des Produits

La qualité des produits est localement bien perçue, avec un CSAT de 94%. Cela indique que SODISCA réussit à maintenir un standard de qualité apprécié par ses grossistes.

Synthèse des principaux enseignements

Points d'Amélioration

Défauts de Production et Livraison

Des problèmes tels que les goulots ébréchés et les bouteilles mal remplies sont fréquemment signalés. Il est crucial d'adresser ces défauts pour éviter de compromettre la perception de qualité des produits.

Communication sur les Produits

Le manque d'information fourni aux grossistes est un point faible, avec un CSAT de 82% et un NPS de 12. Une amélioration de la communication proactive et complète pourrait renforcer la capacité des grossistes à mieux représenter les produits de SODISCA auprès de leurs clients.

Service de Facturation

Malgré un CSAT de 88%, le faible NPS de 6 met en évidence des problèmes persistants, tels que le manque de personnel et les retards d'accueil. Une réorganisation du service pourrait être nécessaire pour améliorer ces aspects.

Gestion des Stocks et Fréquence d'Achat

Les grossistes qui achètent plus fréquemment rencontrent davantage de ruptures de stock. Encourager les achats mensuels pourrait optimiser la gestion des stocks et minimiser les interruptions d'approvisionnement.

Fidélisation à Long Terme

La satisfaction des grossistes tend à diminuer après trois ans de collaboration, indiquant un besoin de stratégies de fidélisation à long terme pour maintenir un niveau élevé de satisfaction et éviter que des grossistes ne deviennent des détracteurs.

Recommandations stratégiques

Recommandations stratégiques

Renforcement de la Qualité des Produits

- **Correction des Défauts de Production** : Mettre en place des contrôles qualité plus rigoureux pour réduire les défauts tels que les goulots ébréchés, les bouteilles mal remplies, et l'absence d'étiquettes. Un audit des processus de production et de livraison pourrait identifier les points faibles à améliorer.
- **Amélioration des Processus Logistiques** : Optimiser les processus de livraison pour minimiser les risques de casse et d'ébréchure des bouteilles, en revoyant par exemple les méthodes d'emballage et de transport.

Optimisation du Service de Facturation

- **Renforcement des Ressources** : Augmenter le personnel dédié au service de facturation pour réduire les délais d'accueil et améliorer la réactivité. Une formation continue du personnel peut également aider à améliorer l'efficacité et la qualité du service.
- **Digitalisation des Processus** : Introduire des outils de facturation en ligne pour automatiser et accélérer le traitement des commandes, réduisant ainsi les erreurs et les retards.

Amélioration de la Communication avec les Grossistes

- **Développement d'Outils de Communication** : Créer une plateforme numérique ou une application dédiée pour la communication avec les grossistes. Cette plateforme pourrait fournir des informations actualisées sur les produits, les promotions, et les délais de livraison.
- **Formation et Information** : Organiser régulièrement des sessions d'information ou des ateliers pour les grossistes afin de les tenir informés des nouveaux produits, des changements dans l'offre, et des meilleures pratiques pour promouvoir les produits auprès de leurs clients.

Gestion des Stocks et Fréquence des Achats

- **Encouragement des Achats Mensuels** : Mettre en place des incitations pour les grossistes à effectuer des achats mensuels, telles que des remises sur volume ou des avantages logistiques. Cela permettrait une meilleure gestion des stocks et réduirait les risques de rupture.
- **Analyse des Tendances d'Achat** : Utiliser des données analytiques pour anticiper les besoins des grossistes et ajuster la production en conséquence, afin d'éviter les ruptures de stock et d'optimiser l'approvisionnement.

Fidélisation à Long Terme

- **Programme de Fidélisation** : Introduire un programme de fidélisation spécifique pour les grossistes, avec des avantages croissants en fonction de la durée de collaboration et du volume d'achat. Cela pourrait inclure des réductions, des offres exclusives, ou un accès prioritaire à de nouveaux produits.
- **Suivi de la Satisfaction** : Mettre en place un système de suivi régulier de la satisfaction des grossistes, avec des enquêtes périodiques et des entretiens personnalisés pour identifier et résoudre les problèmes potentiels avant qu'ils ne deviennent critiques.

Innovation et Diversification des Produits

- **Développement de Nouveaux Produits** : Sur la base des retours des grossistes, explorer la possibilité de diversifier l'offre de produits pour répondre à de nouveaux segments de marché ou pour pallier les insatisfactions actuelles liées à certains produits existants.
- **Réponse aux Variations de Goût** : Ajuster les formules ou les recettes des boissons, en tenant compte des retours concernant la variation du goût, pour garantir une constance dans la qualité des produits.

Contactez-nous



Yaoundé – Elig-essono, Immeuble SCB, face entrée gare voyageur

Douala – Face Hotel le NDE



Mediaintelligence.fr



info@mediaintelligence.fr

(+237) 697 18 33 99 / (+237) 677 43 10 13

