

Rapport d'activité Promo Price Off

BRAZZAVILLE & POINTE-NOIRE : SEMAINE 3

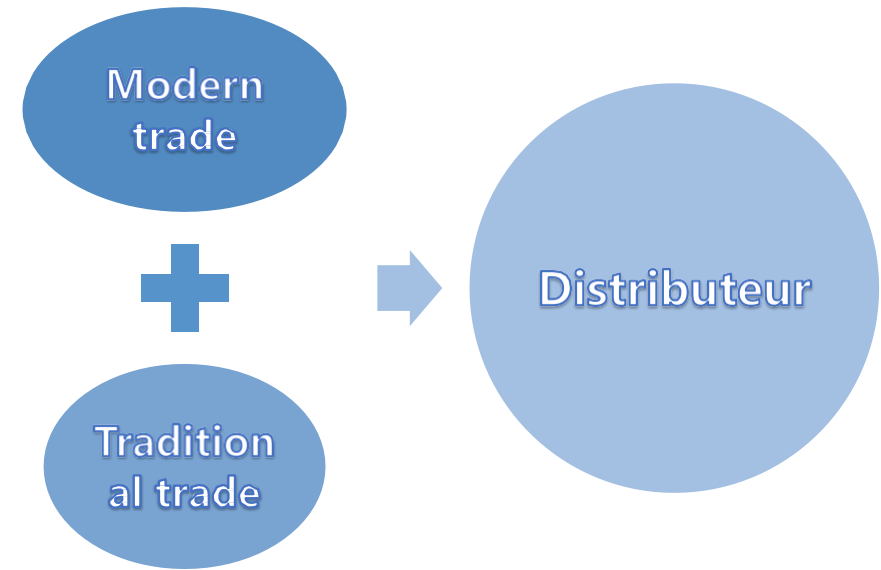
Par LPM Consulting Congo

Rappel: Campagne « *Promo Price off* »

- C'est une campagne de déstockage partant du distributeur vers son canal de distribution

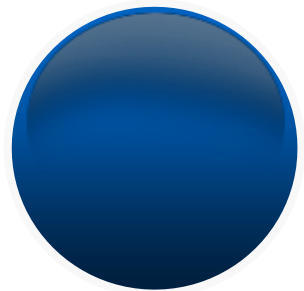
modern trade

- C'est une promo de réduction de 100 FCFA sur le prix consommateurs de la Vache Qui Rit dans 60 Points grossistes pré sélectionnés: 30 à Brazzaville et 30 à Pointe-Noire.
- Principe : - **100 FCFA** sur le prix unitaire de la boîte aux grossistes sélectionnés pour la promo ,qui à leur tour répercutent la réduction aux consommateurs qui achètent la vache qui rit chez eux
- Cette Campagne vise à apporter le support nécessaire aux Distributeurs leur permettant non seulement d'améliorer leur % de rotation mais aussi à améliorer à court terme leur chiffre d'affaire
- C'est un véritable partenariat « win-win » entre le groupe Bel et ses Partenaires commerciaux



Rappel: Modern Trade activation

- Activité de destockage dans les PDV à travers la promo price off
- Déploiement des brand ambassadors dans les PDV's short listé



Principe

Mécanisme

Objectifs

- Cible
- FCS

- Recruter de nouveaux consommateurs
- Renforcer l'affinité entre la marque et sa cible
- Eduquer
- Susciter la préférence
- Stimuler les ventes

- 01 ou 02 brand ambassador pa PDV en fonction des surfaces travaille (ent) **8H de temps aux jours d'ouverture et heures de meilleurs trafic des PDV sélectionnés.**
- Transmission des KBM & KBB du produit aux consommateurs et incitation à l'achat
- Audit du PDV à travers les KPI's définis
- - 100 FCFA sur le prix habituellement pratiqué dans le PDV
- Animation avec sono dans certains PDV

Cible

Visiteurs des PDV's

FCS

- Shortliste des PDV's
- Attractivité de la campagne
- La qualité d'implémentation
- Amplification autour

IMPLEMENTATION

SEMAINE 3

PRE PRODUCTION

	Meeting de prise de Contact avec le distributeur	Descente conjointe de repérage des PDV BRAZZAVILLE	Descente conjointe de repérage des PDV POINTE-NOIRE	Approvisionnement des PDV Brazzaville	Approvisionnement des PDV Pointe-Noire	Lancement Brazzaville	Lancement Pointe-Noire
9 Aout 2018							
13 Aout 2018							
14 Aout 2018							
15 Aout 2018							
16 Aout 2018							
17 Aout 2018							
18 Aout 2018							
19 Aout 2018							
20 Aout 2018							

Pricing



Prix pratiqués

Brazzaville

	POINTS DE VENTE	PRIX PRATIQUES	
		PRIX NORMAL	PRIX PROMO
1	MBOTE	750	650
2	DOUNYA	750	650
3	LUFTHANZA	700	650
4	SUPER MARCHÉ BON COIN	750	650
5	SUPER MARCHÉ KOSTER	675	650
6	CELESTIN	700	650
7	BLANCHE ORANGE	700	650
8	CITY MARKET	750	650
9	SUPER MARCHÉ INTERCHANGE	700	650
10	SUPER MARCHÉ CM Ouenze	700	650
11	MINI PRIX EMMANUEL 1	700	650
12	MINI PRIX EMMANUEL 2	700	650
13	MINI PRIX EMMANUEL 3	700	650
14	SUPER MARCHÉ YAYA KOMBO	750	650
15	HYPERMARCHÉ YAYA MIKALOU	750	650
16	ETS MHOUMED	800	700
17	ETEYSSURE	750	650
18	BOUCHERIE DU RAIL	750	650
19	SUPER MARCHÉ MN	750	650
20	SUPER MARCHÉ MAYA MAYA	750	650

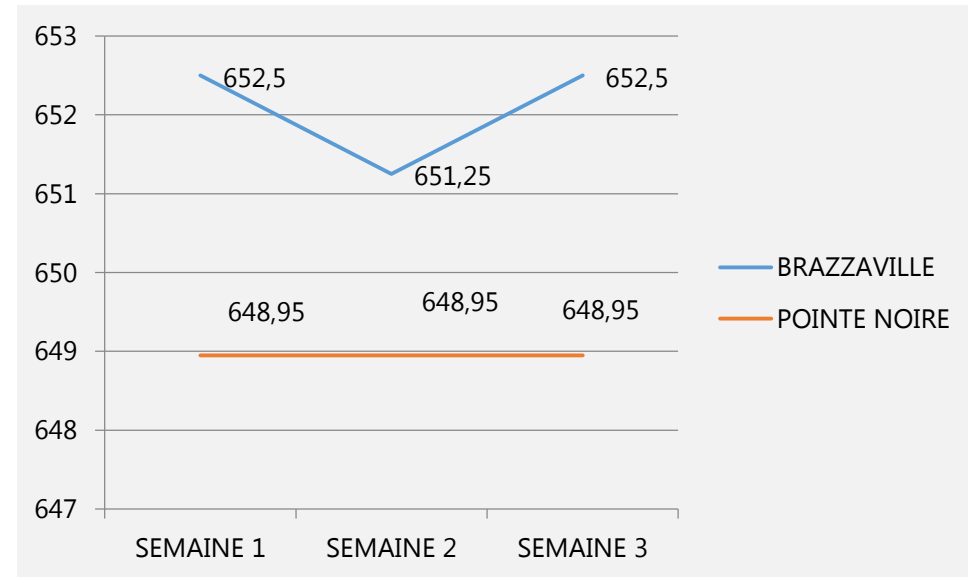
Pointe-Noire

	POINTS DE VENTE/DATE	PRIX PRATIQUES	
		PRIX NORMAL	PRIX PROMO
1	GOURMAND	790	690
2	DIVERCO	750	650
3	ETS NGAYE	750	650
4	FASSOU ALIMENTATION	700	600
5	RUISSEAUX	750	650
6	MOB 2	750	650
7	CASINO	790	690
8	AND	750	650
9	TIC-TAC	750	650
10	ETS SAID	750	650
11	AL MINI MARCHÉ 1	750	650
12	AL MINI MARCHÉ 2	750	650
13	ARRET COLONNEL	750	650
14	ETS VJR	750	650
15	ETS DINA 1	750	650
16	ETS JIACA	750	650
17	CARREFOUR	750	650
18	YAHYA	750	650
19	YAYA FLM	750	650
20	ETS PHA	700	600

Respect du Principe de la promo : Prix normal-100 FCFA respecté par 20/20 PDV à Pointe-Noire et par 12/20 PDV à Brazzaville. Il faut noter que le partenaire Super Market a exigé de ne pas descendre à moins de 650 FCFA

ETUDE COMPARATIVE DES PRIX

BRAZZAVILLE		
SEMAINE 1	SEMAINE 2	SEMAINE 3
652,5	651,25	652,5
POINTE NOIRE		
648,95	648,95	648,95



- A Brazzaville, on remarque une décroissance de la moyenne des prix au cours de la semaine 2 à cause du PDV Lufthanza qui avait baissé à 625Fcfa le prix de la boîte. Le minimum normal de 650FCFA imposé par super market a été rétabli au cours de la semaine 3, après négociations.
- A Pointe Noire les prix sont demeurés constants

Sales



Brazzaville

Réalisations Semaine 1 : Brazzaville

- 17 PDV couverts : 100% du taux de couverture de PDV mis à disposition par le distributeur.
- Déploiements allant de 1 à 6 jours en fonction de la collaboration avec les PDV.
- Une réalisation globale de 2 427 boîtes : 67 cartons.
- Une réalisation additionnelle allant de 11% à 400% en fonction des PDV.

	POINTS DE VENTE/DATE	DEPLOIEMENT						REALISATIONS			
		18-août	19-août	20-août	21-août	22-août	23-août				
		SAMEDI	DIMANCHE	LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	Réalisations totales	Réalisation habituelle	Réalisation additionnelle	%
1	MBOTE					66	52	118		118	#DIV/0!
2	DOUNYA	18						18		18	#DIV/0!
3	LUFTHANZA	38	19	32	78	39	73	279	79	200	253%
4	SUPER MARCHE BON COIN	13		20	18	16		67	20	47	235%
5	SUPER MARCHE KOSTER	13		14				27	NA		
6	CELESTIN	48		49	36	47		180	36	144	400%
7	BLANCHE ORANGE	21	10	21	10			62	56	6	11%
8	CITY MARKET	7	7	7	8	72	72	173	36	137	381%
9	SUPER MARCHE INTERCHANGE	56	52	33		106		247	78	169	217%
10	SUPER MARCHE CM Ouenze						24	24	NA		
11	MINI PRIX EMMANUELLE 1		88	49	172	73	155	537	125	412	330%
12	MINI PRIX EMMANUELLE 2		52		105	36		193	120	73	61%
13	MINI PRIX EMMANUELLE 3		59	56	56	55	20	246	90	156	173%
14	SUPER MARCHE YAYA KOMBO					24	30	54	20	34	170%
15	HYPERMARCHE YAYA MIKALOU					29	39	68	20	48	240%
16	ETS MHOUMED			18		24		42	NA		
17	ETEYSSURE	24			32		36	92	60	32	
18		238	287	299	515	587	501	2 427	740	1 594	215%

Réalisations Semaine 2 : Brazzaville

- Réalisation à 100% des activation: 60 activations déployées sur 60 planifiées.
- Couverture à 100% de PDV mis à disposition par le distributeur : 20 PDV couverts.
- Déploiements allant de 1 à 6 jours en fonction de la collaboration avec les PDV.
- Une réalisation globale de 2 611 boîtes, soit plus de 72 cartons.
- Une réalisation additionnelle allant de 25% à 1020% en fonction des PDV.

	POINTS DE VENTE/DATE	DEPLOIEMENT							REALISATIONS					
		24-août	25-août	26-août	27-août	28-août	29-août	30-août	Réalisations totales	Réalisation habituelle	Réalisation additionnelle	%	Actes d'achat	Moyenne d'achat
		VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE	LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI						
1	MBOTE		58			60	46		164	56	108	193%	75	2,2
2	DOUNYA		55		36		34		125	60	65	108%	50	2,5
3	LUFTHANZA		74	85		84			243	79	164	208%	124	2,0
4	SUPER MARCHE BON COIN		8		10	5			23	10	13	130%	8	2,9
5	SUPER MARCHE KOSTER	37	47				48		132	20	112	560%	20	6,6
6	CELESTIN				40	39	46	43	168	15	153	1020%	121	1,4
7	BLANCHE ORANGE	62	48	19				25	154	40	114	285%	69	2,2
8	CITY MARKET	21			16	22		27	86	36	50	139%	22	3,9
9	SUPER MARCHE INTERCHANGE	43		31			50		124	78	46	59%	36	3,4
10	SUPER MARCHE CM Ouenze		13			17		33	63	8	55	688%	13	4,8
11	MINI PRIX EMMANUEL 1	73	60	76	105	112	114		540	125	415	332%	398	1,4
12	MINI PRIX EMMANUEL 2	65		52		57		86	260	120	140	117%	135	1,9
13	MINI PRIX EMMANUEL 3	59		63		64	37		223	90	133	148%	80	2,8
14	SUPER MARCHE YAYA NKOMBO							15	15	20	5	25%	10	1,5
15	HYPERMARCHE YAYA MIKALOU	45							45	20	25	125%	22	2,0
16	ETS MHOUMED						5		5	3	2	67%	5	1,0
17	ETEYSSURE	45	39				49		133	60	73	122%	30	4,4
18	BOUCHERIE DU RAIL				7			5	12	5	7	140%	7	1,7
19	SUPER MARCHE MN					23	22		45	20	25	125%	20	2,3
20	SUPER MARCHE MAYA MAYA	20	16		15				51	8	43	538%	24	2,1
TOTAL		470	418	326	229	483	451	234	2 611	873	1 748	200%	1 269	2,06

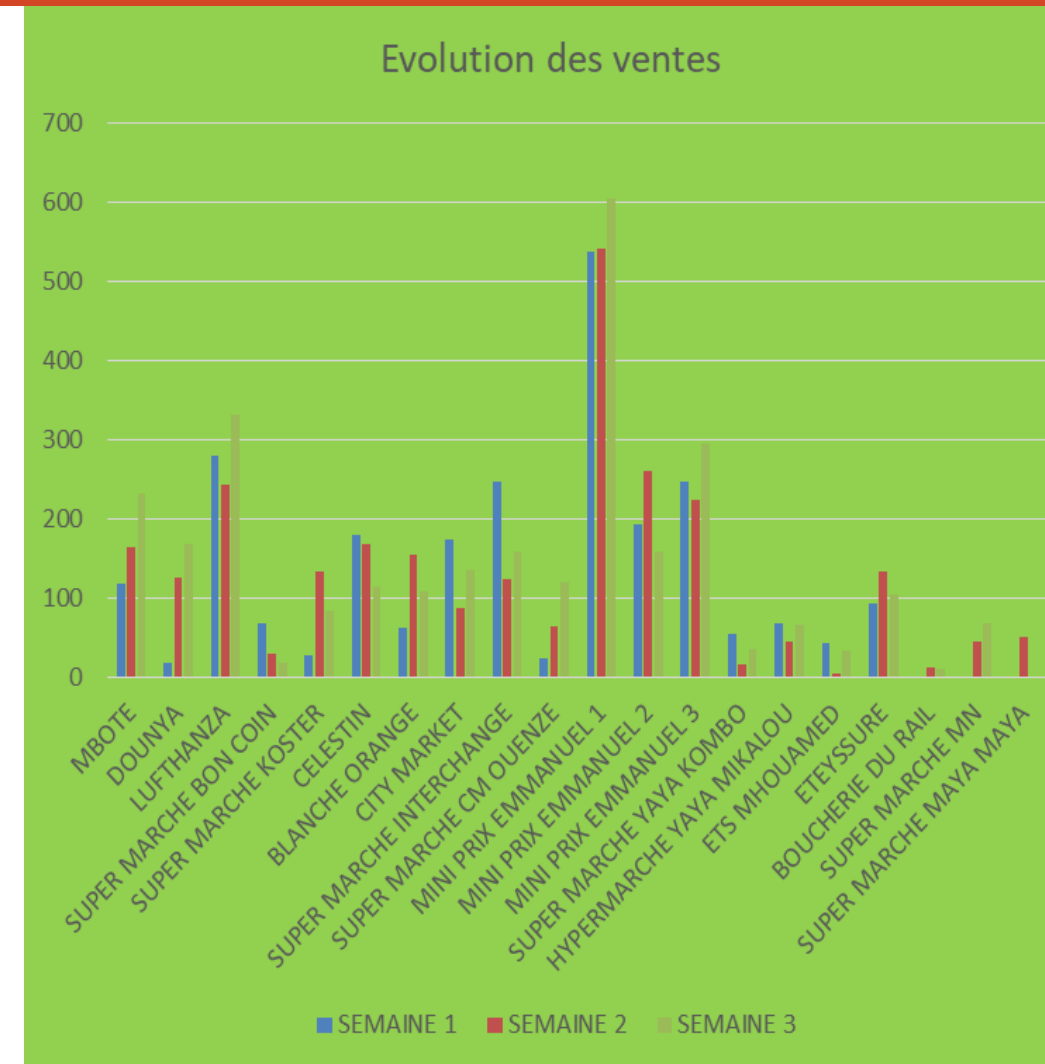
Réalisations Semaine 3 : Brazzaville

- 59 activations déployées.
- Couverture à 100% de PDV mis à disposition par le distributeur : 19 PDV couverts.
- Déploiements allant de 1 à 6 jours en fonction de la collaboration avec les PDV.
- Une réalisation globale de 2833 boîtes, soit plus de 78cartons.
- Une réalisation additionnelle allant de 31% à 1400% en fonction des PDV.
- Un taux de succès de personnes qui achètent par rapport au nombre de consommateurs abordés par les Brand Girl de 41,20 %

	POINTS DE VENTE/DATE	DEPLOIEMENT							REALISATIONS								
		31-août	01-sept	02-sept	03-sept	04-sept	05-sept	06-sept									
		VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE	LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	Réalisations totales	Réalisation habituelle	Réalisation additionnelle	%	Connects	Actes d'achat	% Conversion	Moyenne d'achat	Traffic hebdo PDV
1	MBOTE	76			78		78		232	56	176	314%	357	140	39,22%	1,7	600
2	DOUNYA	45			60		62		167	60	107	178%	309	127	41,10%	1,3	510
3	LUFTHANZA	75		34		133		89	331	79	252	319%	403	180	44,67%	1,8	750
4	SUPER MARCHÉ BON COIN		7			6		5	18	10	8	80%	31	18	58,06%	1,0	150
5	SUPER MARCHÉ KOSTER	43		18		22			83	20	63	315%	102	33	32,35%	2,5	300
6	CELESTIN		38			35		41	114	15	99	660%	210	69	32,86%	1,7	600
7	BLANCHE ORANGE			64		29		14	107	40	67	168%	199	92	46,23%	1,2	600
8	CITY MARKET		21			98		15	134	36	98	272%	94	60	63,83%	2,2	480
9	SUPER MARCHÉ INTERCHANGE	49		30			78		157	78	79	101%	221	91	41,18%	1,7	540
10	SUPER MARCHÉ CM Ouenze		18			76		26	120	8	112	1400%	124	104	83,87%	1,2	300
11	MINI PRIX EMMANUEL 1	99	67	112		105	119	102	604	125	479	383%	837	407	48,63%	1,5	1500
12	MINI PRIX EMMANUEL 2				78		79		157	120	37	31%	309	114	36,89%	1,4	600
13	MINI PRIX EMMANUEL 3	36		46		115	97		294	90	204	227%	377	139	36,87%	2,1	900
14	SUPER MARCHÉ YAYA KOMBO		13			10		11	34	20	14	70%	86	31	36,05%	1,1	720
15	HYPERMARCHÉ YAYA MIKALOU		33				32		65	20	45	225%	304	62	20,39%	1,0	360
16	ETS MHOUAMED	12			5		16		33	3	30	1000%	91	29	31,87%	1,1	540
17	ETEYSSURE	34			39		32		105	60	45	75%	157	76	48,41%	1,4	360
18	BOUCHERIE DU RAIL				5			5	10	5	5	100%	63	9	14,29%	1,1	360
19	SUPER MARCHÉ MN	26			17		25		68	20	48	240%	181	55	30,39%	1,2	300
20	SUPER MARCHÉ MAYA MAYA																
TOTAL		495	197	304	282	629	618	308	2 833	865	1 968	228%	4 455	1 836	41,21%	1,54	10 470

Synthèse des réalisations: Brazzaville

POINTS DE VENTE		DEPLOIEMENT							
		SEMAINE 1		SEMAINE 2		SEMAINE 3		CUMUL REALISATIONS	
		Activations	Réalisations	Activations	Réalisations	Activations	Réalisations	Activations	Réalisations
1	MBOTE	2	118	3	164	3	232	8	514
2	DOUNYA	1	18	3	125	3	167	7	310
3	LUFTHANZA	6	279	3	243	4	331	13	853
4	SUPER MARCHÉ BON COIN	4	67	3	29	3	18	10	114
5	SUPER MARCHÉ KOSTER	2	27	3	132	3	83	8	242
6	CELESTIN	4	180	4	168	3	114	11	462
7	BLANCHE ORANGE	4	62	4	154	3	107	11	323
8	CITY MARKET	6	173	4	86	3	134	13	393
9	SUPER MARCHÉ INTERCHANGE	4	247	3	124	3	157	10	528
10	SUPER MARCHÉ CM OUENZE	1	24	3	63	3	120	7	207
11	MINI PRIX EMMANUEL 1	5	537	6	540	6	604	17	1 681
12	MINI PRIX EMMANUEL 2	3	193	4	260	2	157	9	610
13	MINI PRIX EMMANUEL 3	5	246	4	223	4	294	13	763
14	SUPER MARCHÉ YAYA KOMBO	2	54	1	15	3	34	6	103
15	HYPERMARCHÉ YAYA MIKALOU	2	68	1	45	2	65	5	178
16	ETS MHOUMED	2	42	1	5	3	33	6	80
17	ETEYSSURE	3	92	3	133	3	105	9	330
18	BOUCHERIE DU RAIL	0	0	2	12	2	10	4	22
19	SUPER MARCHÉ MN	0	0	2	45	3	68	5	113
20	SUPER MARCHÉ MAYA MAYA	0	0	3	51	0	0	3	51
TOTAL		56	2 427	60	2 617	59	2 833	175	7 877



Globalement on observe un taux de croissance constant de 8% entre la S1 et la S2 et entre la S2 et la S3

Adhésion des consommateurs à la Promo : Brazzaville



	SEMAINE 1	SEMAINE 2	SEMAINE 3
Connects	5 768	6 879	4 455
Acte d'achats	870	1 269	1 836
Taux de succès	15%	18%	41%
Moyenne d'achat par consommateurs	2,7 boites	2,06 boites	1,54 boites

- On note une baisse du nombre de consommateurs touchés par rapport à la semaine précédente, cependant le taux de succès a connu une augmentation de **128%** due au contexte de la période d'activation (La semaine du paiement des salaires des fonctionnaires et rentrée scolaire pour les écoles exploitant le système scolaire français.

Interprétation des réalisations : Brazzaville

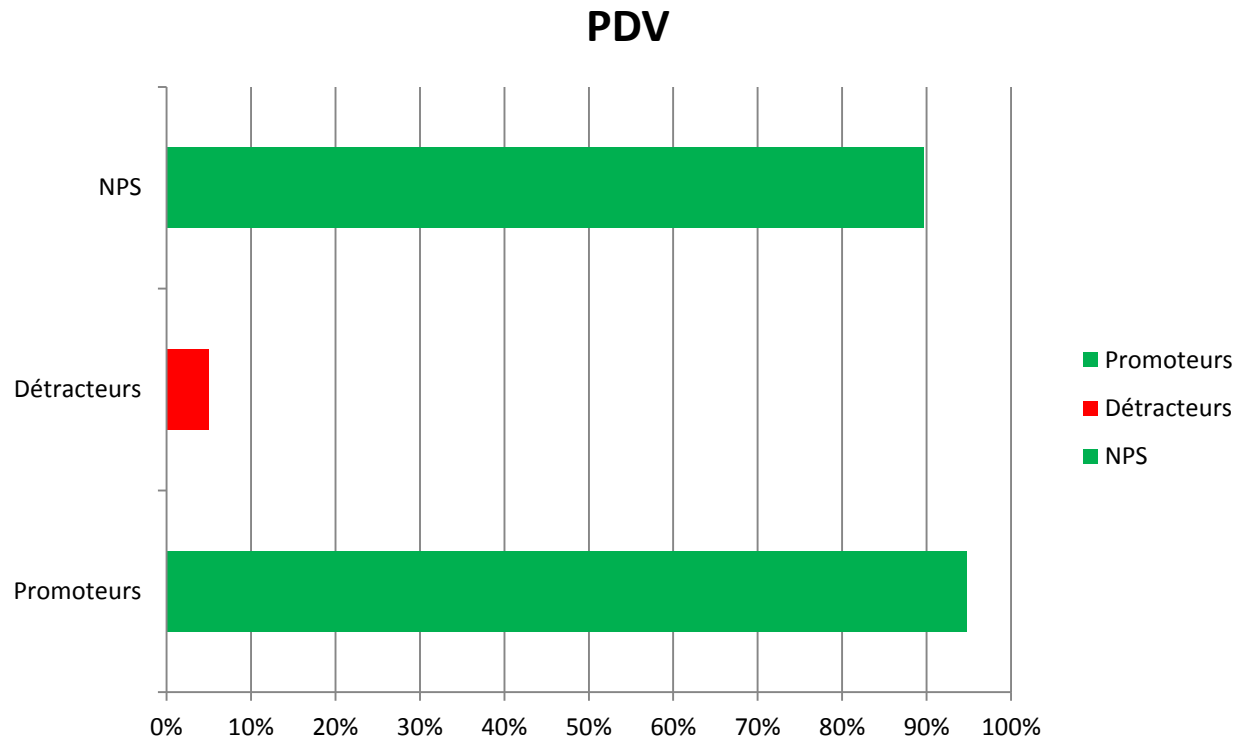
POINTS DE VENTE		DEPLOIEMENT											
		SEMAINE 1		SEMAINE 2		SEMAINE 3		CUMUL REALISATIONS		Variation Réalisations			
		Activations	Réalisations	Activations	Réalisations	Activations	Réalisations	Activations	Réalisations	VARIATION volume S1-S2	VARIATION volume S2-S3	Variation activation S1-S2	Variation activation S2-S3
1	MBOTE	2	118	3	164	3	232	8	514	46	68	1	0
2	DOUNYA	1	18	3	125	3	167	7	310	107	42	2	0
3	LUFTHANZA	6	279	3	243	4	331	13	853	-36	88	-3	1
4	SUPER MARCHÉ BON COIN	4	67	3	29	3	18	10	114	-38	-11	-1	0
5	SUPER MARCHÉ KOSTER	2	27	3	132	3	83	8	242	105	-49	1	0
6	CELESTIN	4	180	4	168	3	114	11	462	-12	-54	0	-1
7	BLANCHE ORANGE	4	62	4	154	3	107	11	323	92	-47	0	-1
8	CITY MARKET	6	173	4	86	3	134	13	393	-87	48	-2	-1
9	SUPER MARCHÉ INTERCHANGE	4	247	3	124	3	157	10	528	-123	33	-1	0
10	SUPER MARCHÉ CM Ouenze	1	24	3	63	3	120	7	207	39	57	2	0
11	MINI PRIX EMMANUEL 1	5	537	6	540	6	604	17	1 681	3	64	1	0
12	MINI PRIX EMMANUEL 2	3	193	4	260	2	157	9	610	67	-103	1	-2
13	MINI PRIX EMMANUEL 3	5	246	4	223	4	294	13	763	-23	71	-1	0
14	SUPER MARCHÉ YAYA KOMBO	2	54	1	15	3	34	6	103	-39	19	-1	2
15	HYPERMARCHÉ YAYA MIKALOU	2	68	1	45	2	65	5	178	-23	20	-1	1
16	ETS MHOUMED	2	42	1	5	3	33	6	80	-37	28	-1	2
17	ETEYSSURE	3	92	3	133	3	105	9	330	41	-28	0	0
18	BOUCHERIE DU RAIL	0	0	2	12	2	10	4	22	12	-2	2	0
19	SUPER MARCHÉ MN	0	0	2	45	3	68	5	113	45	23	2	1
20	SUPER MARCHÉ MAYA MAYA	0	0	3	51	0	0	3	51	51	-51	3	-3
TOTAL		56	2 427	60	2 617	59	2 833	175	7 877	190	216	4	-1
					8%		8%						

Interprétation des réalisations : Brazzaville

- Globalement on observe une augmentation croissante de la performance : Un taux de croissance de 8% entre la semaine 1 et la semaine 2 et entre la semaine 2 et la semaine 3.
- Au regard du contexte : semaine de paiement de salaire des fonctionnaires et rentrée scolaire pour certaines établissements nous avons anticipés sur une augmentation du taux de réalisation entre S1 vs S2 et S2 vs S3 comme cela est le cas pour le tous de succès actes d'achat par rapport aux consommateurs abordés; Toutefois les GAP enregistrés chez Super Marché Bon Coin, Super Marché Koster ,Celestin,Blanche Orange Mini Prix Emmanuel 2, Eteyssure,Boucherie du Rail et Super Marché Maya Maya n'ont pas favorisé la croissance du taux de réalisation entre la semaine 2 et la semaine 3.

		SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 1 VS SEM2	SEM 2 VS SEM 3	
4	SUPER MARCHÉ BON COIN	67	29	18	-38	-11	Le changement de gérance du PDV a affecté le déploiement de l'activation dans le PDV
5	SUPER MARCHÉ KOSTER	27	132	83	105	-49	Un jour d'activation en moins par rapport à la semaine dernière pour cause de maladie de la Brand Girl
6	CELESTIN	180	168	114	-12	-54	Celestin et Orange sont très proches de Mini Prix Emmanuel 2 et les consommateurs ayant l'information du déroulement de la Promo chez Emmanuel Mini Prix 2 préfèrent s'y approvisionner en y effectuant leurs courses.
7	BLANCHE ORANGE	62	154	107	92	-47	
12	MINI PRIX EMMANUEL 2	193	260	157	67	-103	Le était en rupture de stock 1 jour
17	ETEYSSURE	92	133	105	41	-28	la plupart se sont approvisionnés chez CM.
18	BOUCHERIE DU RAIL	0	12	10	12	-2	les clients ici préfèrent le haut de gamme notamment kiri et babybel
20	SUPER MARCHÉ MAYA MAYA	0	51	0	51	-51	le PDV n'a pas été activé cette semaine car non aligné avec super market en terme de procédures de remboursement

NPS Points de vente activés : Brazzaville



Un Net Promoter Score satisfaisant : 18 promoteurs contre un détracteurs sur les 19 PDV activés.

Les suggestions faites par les PDV pour améliorer la promo sont:

- Le déploiement des BG tous les jours dans les PDV,
- La mise en place d'une promo gains instantanés dans les PDV.
- Le prolongement de la Promo

Pointe noire

Sales



Réalisations Semaine 1 : Pointe-Noire

- 18 PDV couverts : 100% du taux de couverture de PDV mis à disposition par le distributeur.
- Déploiements allant de 1 à 6 jours en fonction de la collaboration avec les PDV.
- Une réalisation globale de 1 982 boîtes .
- Une réalisation additionnelle allant de 15 % à 700% en fonction des PDV.

	POINTS DE VENTE/DATE	DEPLOIEMENT						RÉALISATIONS			
		19-Aug	20-Aug	21-Aug	22-Aug	23-Aug	24-Aug	Réalisations totales	Réalisation habituelle	Réalisation additionnelle	%
		DIMANCHE	LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI				
1	GOURMAND	4		22	20	27	44	117	60	57	95%
2	DIVERCO		44	38	15	23	20	140	60	80	133%
3	ETS NGAYE	6			40	13	16	75	24	51	213%
4	FASSOU ALIMENTATION	5	27			10		42	15	27	180%
5	RUISSEAUX	20				19		39	6	33	550%
6	MOB 2	6				2		8	2	6	300%
7	CASINO		123	290	161	129	128	831	720	111	15%
8	AND		13			3		16	2	14	700%
9	TIC-TAC		11	3				14	4	10	250%
10	ETS SAÏD		23	10	15	49	32	129	20	109	545%
11	AL MINI MARCHÉ 1		24		151	216	35	426	NA		
12	AL MINI MARCHÉ 2				7			7	NA		
13	ARRÊT COLONEL			5			14	19	NA		
14	ETS VJR							0	NA		
15	ETS DINA 1				13	46	9	68	30	38	127%
16	ETS JIACA							0	NA		
17	CARREFOUR			12			4	16	NA		
18	YAHYA				2	5	4	11	NA		
19	YAYA FLM				17			17	NA		
20	ETS PHA				7			7	NA		
TOTAL		41	265	380	448	542	306	1,982			#DIV/0!

Réalisations Semaine 2 : Pointe-Noire

- Réalisation à 100% des activation: 61 activations déployées.
- Couverture à 100% de PDV mis à disposition par le distributeur : 18 PDV couverts.
- Déploiements allant de 1 à 6 jours en fonction de la collaboration avec les PDV.
- Une réalisation globale de 2 555 boîtes,
- Une réalisation additionnelle allant de 28% à 1150% en fonction des PDV.

	POINTS DE VENTE/DATE	25-Aug	26-Aug	27-Aug	28-Aug	29-Aug	30-Aug	31-Aug				
		SAMEDI	DIMANCHE	LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	Vendredi	Réalisations totales	Réalisation habituelle	Réalisation additionnelle	%
1	GOURMAND	37	45		41	53	23	41	240	60	180	300%
2	DIVERCO	26	20		50	37	21	26	180	60	120	200%
3	ETS NGAYE	9		18			56		83	24	59	246%
4	FASSOU ALIMENTATION	11			25		30		66	15	51	340%
5	RUISSEAUX	22				16			38	6	32	533%
6	MOB 2	2	5						7	2	5	250%
7	CASINO	113	128		345	142	160	184	1072	840	232	28%
8	AND				10		15		25	2	23	1150%
9	TIC-TAC				10	19		15	44	4	40	1000%
10	ETS SAÏD	15		21		23			59	20	39	195%
11	AL MINI MARCHÉ 1	28	22			37	34	46	167	NA		
12	AL MINI MARCHÉ 2				39		10		49	NA		
13	ARRÊT COLONEL			30	15				45	NA		
14	ETS VJR								0	NA		
15	ETS DINA 1			73		30		38	141	30	111	370%
16	ETS JIACA								0	NA		
17	CARREFOUR			21		17		36	74	NA		
18	YAHYA				14	5	9	5	33	NA		
19	YAYA FLM		20					40	60	NA		
20	ETS PHA			66	43		34	29	172	NA		
TOTAL		263	240	229	592	379	392	460	2,555		892	#DIV/0!

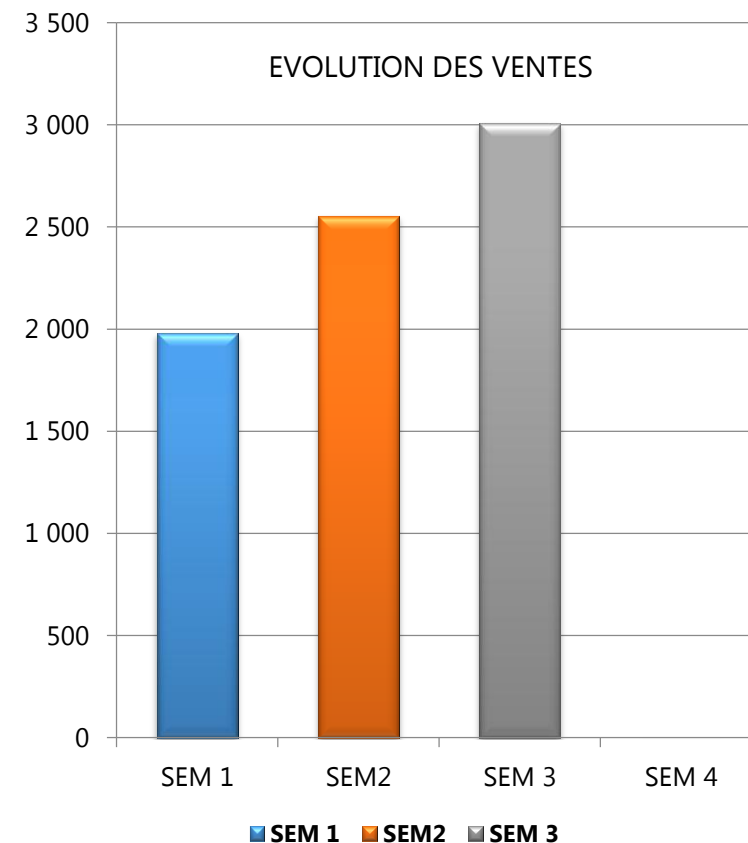
Réalisations Semaine 3 : Pointe-Noire

- Réalisation à 100% des activation: 61 activations déployées.
- Couverture à 100% de PDV mis à disposition par le distributeur : 18 PDV couverts.
- Déploiements allant de 1 à 6 jours en fonction de la collaboration avec les PDV.
- Une réalisation globale de 3,008 boîtes,

	POINTS DE VENTE/DATE	DEPLOIEMENT							REALISATIONS			
		1-Sep	2-Sep	3-Sep	4-Sep	5-Sep	6-Sep	7-Sep	Réalisations totales	Réalisation habituelle	Réalisation additionnelle	%
		SAMEDI	DIMANCHE	LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	Vendredi				
1	GOURMAND	58	42		51	43	35	23	249	60	189	315%
2	DIVERCO	26	36		43	37	31	28	201	60	141	235%
3	ETS NGAYE	27			24			22	73	24	49	204%
4	FASSOU ALIMENTATION	30			34		46		110	15	95	633%
5	RUISSEAUX	7			11			14	32	6	26	433%
6	MOB 2			20		20			40	2	38	1900%
7	CASINO	242	104	206	214	163	195	268	1392	660	732	111%
8	AND			78			15	13	106	12	94	783%
9	TIC-TAC			13			21		34	4	30	750%
10	ETS SAID	10				32		26	68	20	48	240%
11	AL MINI MARCHÉ 1	66	24		21	33	36	22	202	NA		
12	AL MINI MARCHÉ 2								0	NA		
13	ARRET COLONNEL		5			36			41	NA		
14	ETS VJR					79			79	NA		
15	ETS DINA 1			47		75		52	174	30	144	480%
16	ETS JIACA								0	NA		
17	CARREFOUR			20	15	6			41	NA		
18	YAHYA	5	14		13		17	6	55	NA		
19	YAYA FLM						39		39	NA		
20	ETS PHA				52		20		72	NA		
TOTAL		468	225	384	478	524	455	474	3,008			#DIV/0!

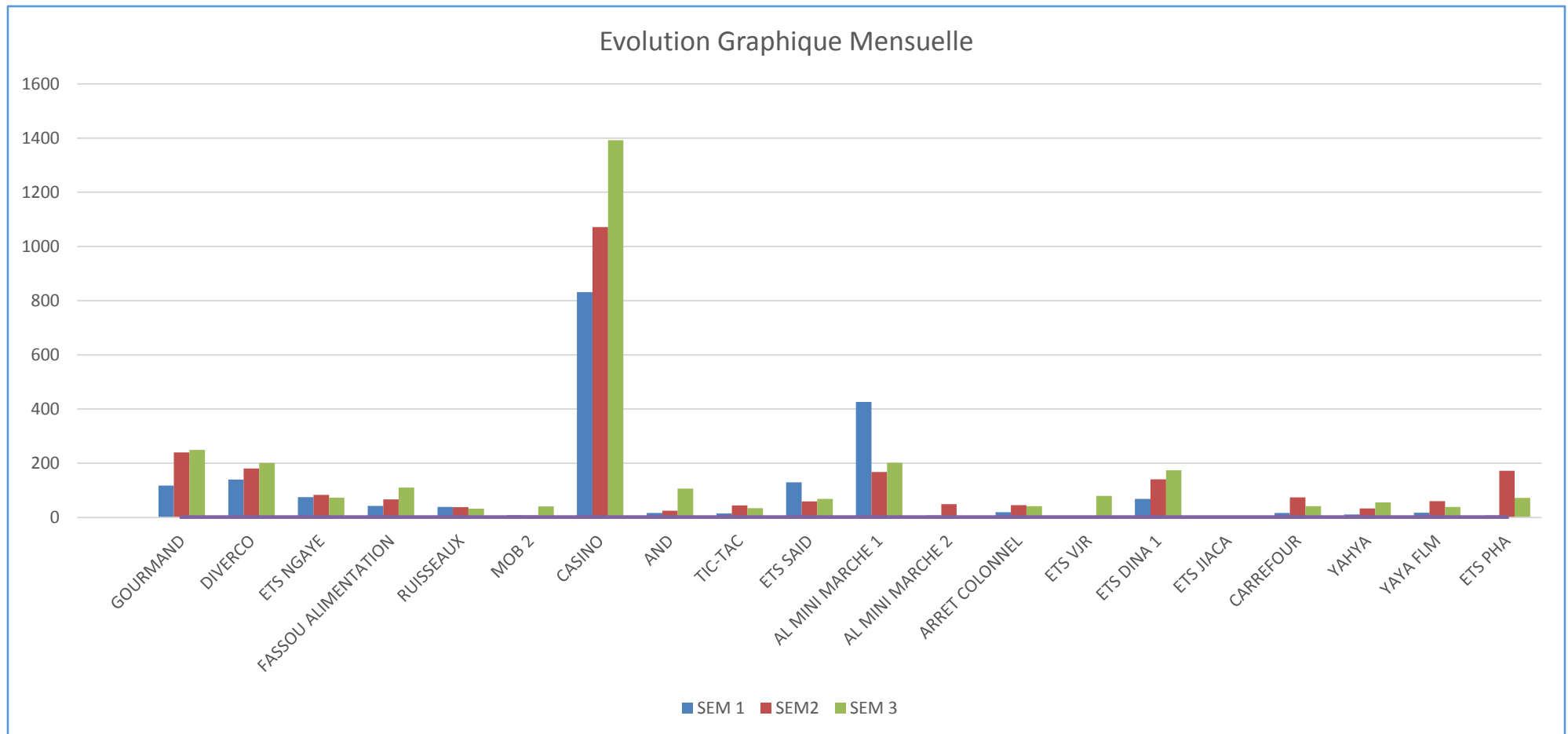
Synthèse des réalisations : Pointe-Noire

	POINTS DE VENTE/DATE	DEPLOIEMENT				REALISATIONS			
		SEM 1	SEM2	SEM 3	SEM 4	Réalisations totales	Réalisation habituelle	Réalisation additionnelle	%
1	GOURMAND	117	240	249	0	606	240	366	153%
2	DIVERCO	140	180	201	0	521	240	281	117%
3	ETS NGAYE	75	83	73	0	231	96	135	141%
4	FASSOU ALIMENTATION	42	66	110	0	218	60	158	263%
5	RUISSEAUX	39	38	32	0	109	24	85	354%
6	MOB 2	8	7	40	0	55	8	47	588%
7	CASINO	831	1072	1392	0	3295			
8	AND	16	25	106	0	147	18	129	717%
9	TIC-TAC	14	44	34	0	92	16	76	475%
10	ETS SAID	129	59	68	0	256	80	176	220%
11	AL MINI MARCHÉ 1	426	167	202	0	795	NA		
12	AL MINI MARCHÉ 2	7	49	0	0	56	NA		
13	ARRET COLONNEL	19	45	41	0	105	NA		
14	ETS VJR	0	0	79	0	79	NA		
15	ETS DINA 1	68	141	174	0	383	120	263	219%
16	ETS JIACA	0	0	0	0	0	NA		
17	CARREFOUR	16	74	41	0	131	NA		
18	YAHYA	11	33	55	0	99	NA		
19	YAYA FLM	17	60	39	0	116	NA		
20	ETS PHA	7	172	72	0	251	NA		
TOTAL		1,982	2,555	3,008	0	7,545			#DIV/0!



On observe une baisse significative à Al mini marche, baisse à Ets Pha, Ngaye, Ruisseaux qui s'explique par la non présence des équipes tout les jours dans cette PDV. Nous n'avons pas activé Al mini marche 2 et établissement Jaicca.

Évolution Graphique.



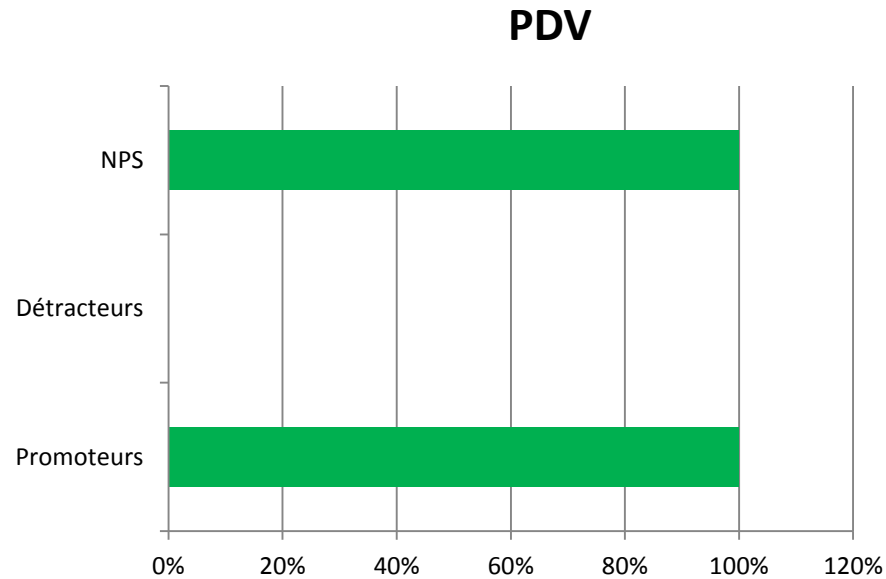
Adhésion des consommateurs à la Promo .



	SEMAINE 1	SEMAINE 2	SEMAINE 3
Connects	5 871	7 200	6 015
Acte d'achats	640	1 844	2 156
Taux de succès	11%	26 %	40%
Moyenne d'achat par consommateurs	3,1 boites	1,39 boites	1,4 boites

- On note une baisse du nombre de consommateurs touchés par rapport à la semaine précédente, cependant le taux de succès quant à lui a connu une augmentation de **54%** dû au contexte de la période d'activation (La semaine du paiement des salaires des fonctionnaires et rentrée scolaire pour les écoles exploitant le système scolaire français) et au focus mis sur l'acte d'achat.
- Une évolution par rapport à la semaine 1 et 2 au cours desquelles il fallait bâtir l'awareness de la promo Price Off.

NPS Points de vente activés : Pointe-Noire



Un Net Promoter Score satisfaisant de 100%.

Les suggestions faites par les PDV pour améliorer la promo sont:

- Le déploiement des BG tous les jours dans les PDV,
- La mise en place d'une promo gains instantanés dans les PDV.
- Le prolongement de la Promo

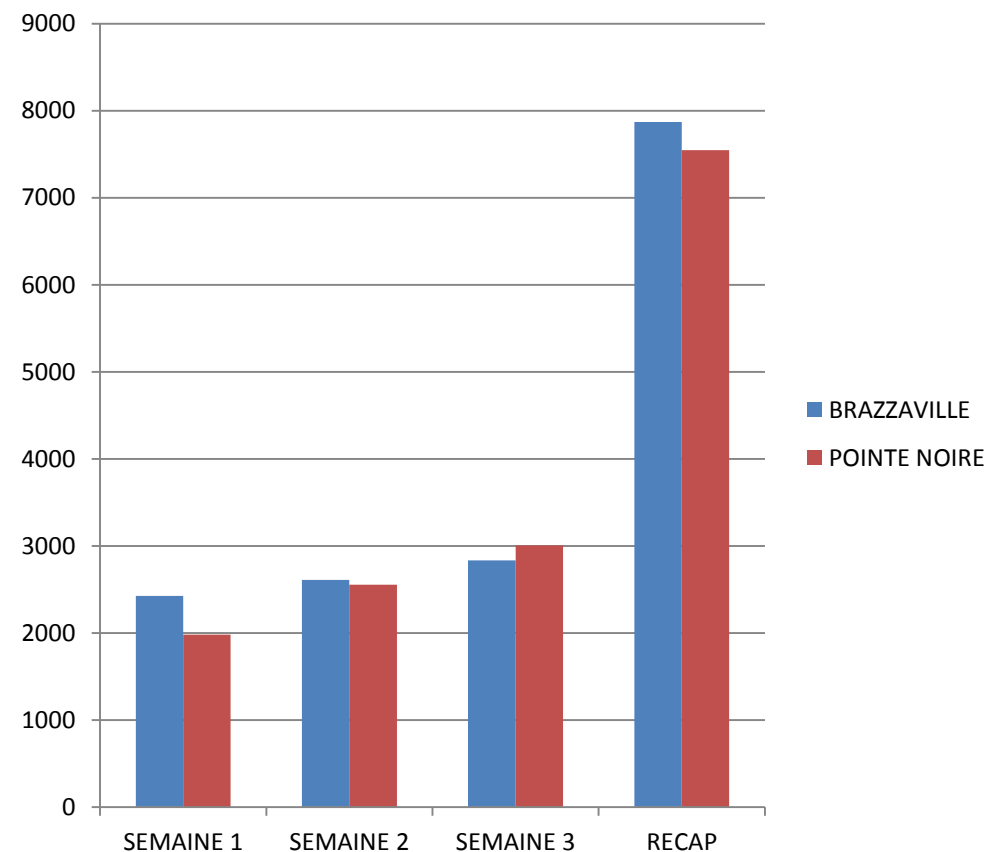
SYNTHESE DES REALISATIONS

SEMAINE 3

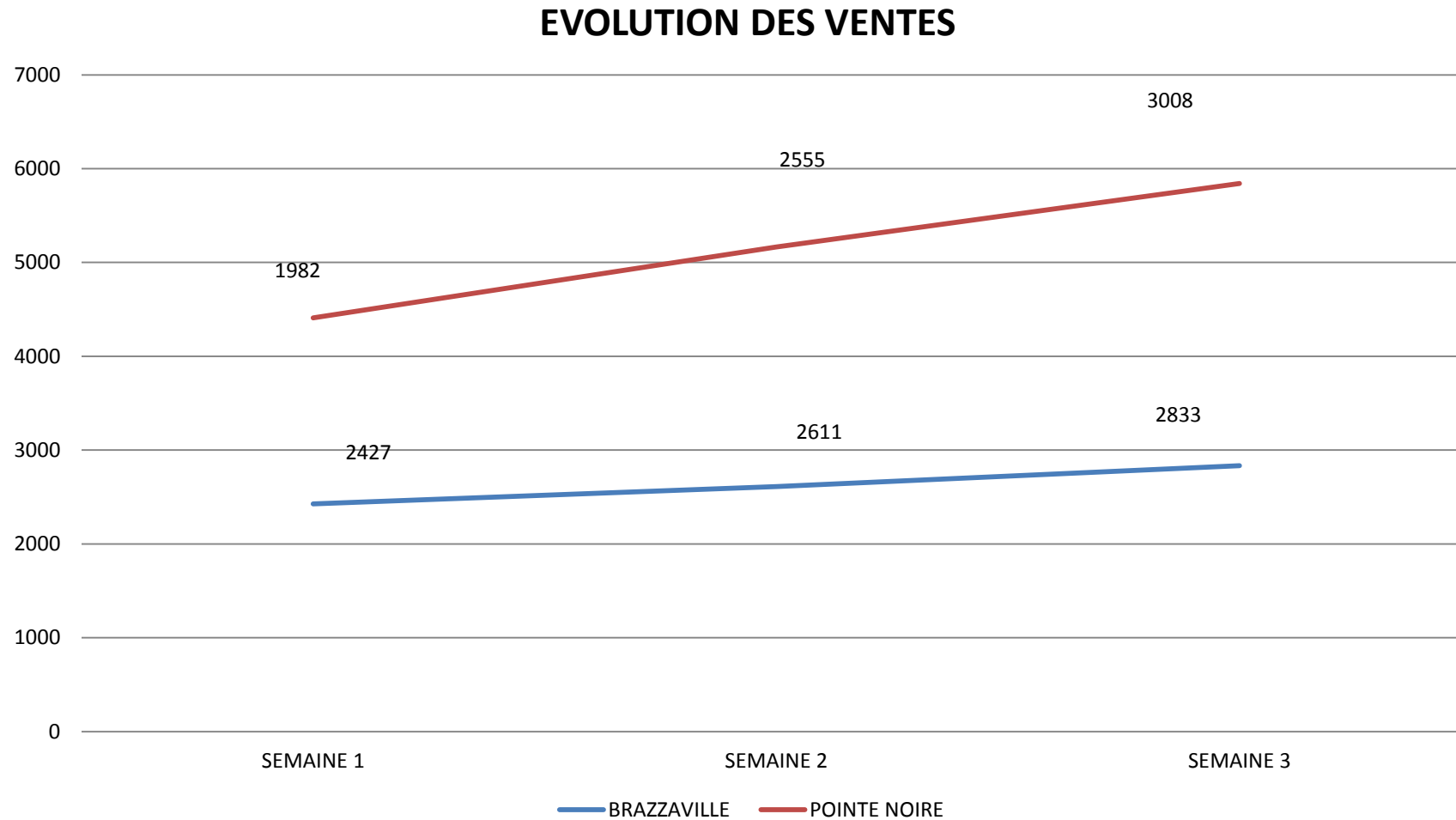
SYNTHESE GLOBALE

	SEMAINE 1	SEMAINE 2	SEMAINE 3	RECAP
BRAZZAVILLE				
Connects	5 768	6 879	4 455	17 102
Acte d'achats	870	1 269	1 836	3 975
Taux de succès	15%	18%	41%	23%
Nombre de boîtes vendues	2427	2611	2833	7871
Moyenne d'achat par consommateurs	2,7 boîtes	2,06 boîtes	1,54 boîtes	1,98 boîtes

POINTE NOIRE				
Connects	5 871	7 200	6 015	19086
Acte d'achats	640	1 844	2 156	4640
Taux de succès	11%	26%	40%	24%
Nombre de boîtes vendues	1982	2555	3008	7545
Moyenne d'achat par consommateurs	3,1 boîtes	1,39 boîtes	1,4 boîtes	1,62 boîtes



Courbe évolutives des ventes



Les +

- Module complet de l'activation déployé à Brazzaville et à Pointe-Noire

A améliorer :

- Obtenir des Points de vente ou du distributeurs les données Selling In
- Obtenir des Points de vente les réalisations effectuées à l'absence des Brand Girl.
- Prévoir au niveau de l'agence un dispositif de renforcement de la disponibilité du produit dans les points de vente activés en support au distributeur.

Quelques Photos



Quelques Photos



Merci!

