



Marques & Enseignes

Comment trouver de nouvelles opportunités de développement

Découvrez une nouvelle méthodologie pour détecter les zones à potentiel, trouver les meilleurs prospects, sectoriser vos équipes terrains et monitorer votre performance commerciale.

Auteurs :

Les équipes

Galigeo



Notre Métier

Notre conviction

Parce que, dans un contexte de plus en plus imprévisible, exploiter au mieux le caractère localisable de la donnée est un enjeu d'efficacité pour toutes les organisations, Galigeo permet aux organisations d'améliorer l'efficacité de tous leurs métiers grâce à ses logiciels combinant expertise cartographique et modélisation prédictive. Grâce à ses logiciels visualisant, analysant et agissant directement sur les bases de données opérationnelles (applications métier, BI, CRM, ...). Galigeo permet aux utilisateurs de se focaliser sur leur métier (retail, distribution, marketing, sécurité, ...).

L'intelligence géographique prédictive : la bonne adéquation produit-marché

Historiquement pionnier de la location Intelligence Galigeo a poursuivi son développement ses dernières années en ajoutant la composante prédictive dans ses suites logiciels, composante basée sur les techniques innovantes de Machine Learning et d'Intelligence Artificielle.

En utilisant son expertise cartographique et de modélisation prédictive, Galigeo poursuit son développement en mettant à disposition de ses clients, des logiciels simples d'usage, à très forte valeur ajoutée métier. Predictive POS, basé sur les dernières techniques du géomarketing prédictif illustre parfaitement cette évolution.

Sommaire

Analyse du maillage de votre réseau de vente actuel

Commençons par analyser votre réseau de distribution actuel et de manière plus générale votre couverture du territoire.

01



La data au coeur des décisions

Nous découvrirons quelles sont les données essentielles pour prendre des décisions éclairées et comment les obtenir.

02



Facteurs clés de succès de votre marque

Nous verrons comment déterminer l'ensemble des facteurs qui favorisent les ventes de vos produits.

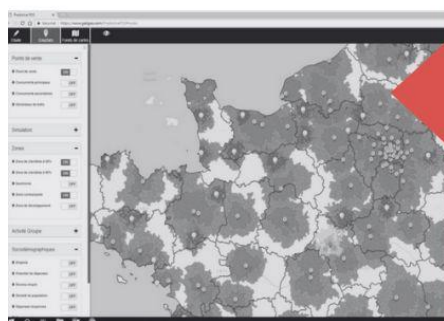
03



Zones de conquêtes

Découvrez à la fois toutes les zones à fort potentiel ainsi que les lieux ventes intéressants qui sont présent dans ces zones à partir d'une multitude d'informations.

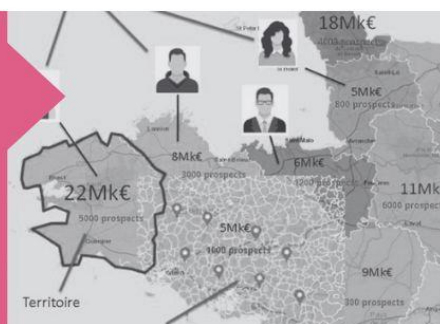
04



Sectorisation commerciale

La sectorisation commerciale vous permettra d'organiser la gestion de vos territoires en fonction de vos équipes terrain, à la fois pour de la prospection de nouveaux lieux de vente et pour réaliser des visites de suivi.

05



Rapport sur la Performance des ventes

Générer des rapports sur la performance des ventes, dans l'optique d'analyser l'efficacité de chaque partenaire et de manière plus globale celle de votre réseau.

06



Découvrez comment déterminer
vos futurs meilleurs distributeurs et
optimiser votre sectorisation
commerciale



Booster vos ventes

01

CHAPITRE 1.

Analyse du maillage de votre réseau de vente actuel

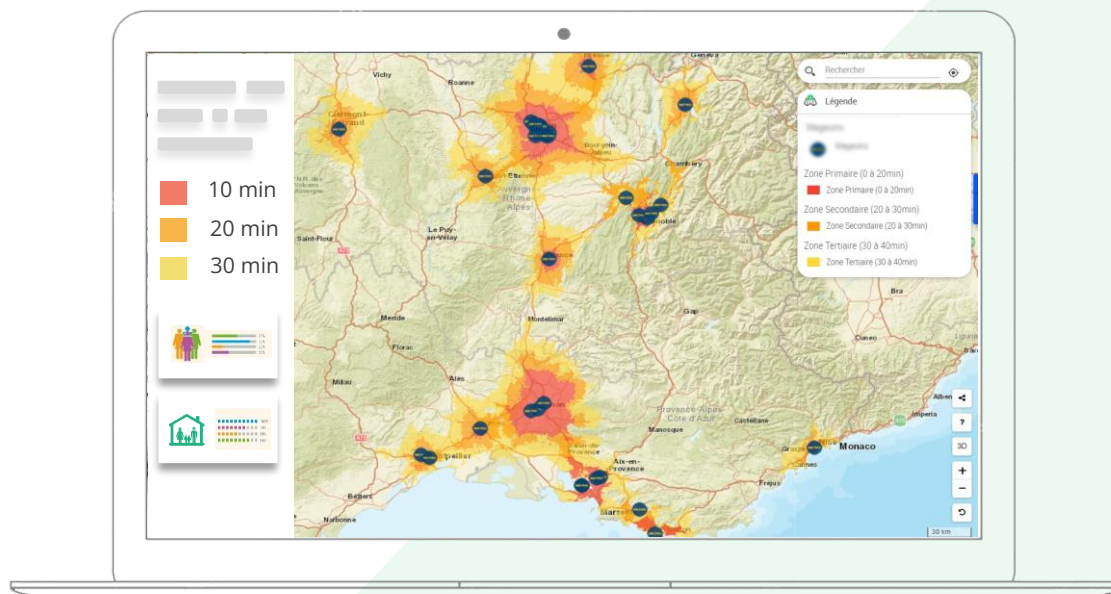
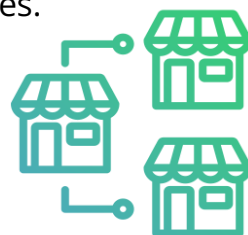
Analyse du maillage de votre réseau de vente actuel

Pour un fabricant, l'analyse du réseau de distribution existant est cruciale non seulement pour comprendre l'état actuel de ses ventes, mais aussi pour identifier les futures opportunités de développement. Cela commence par un examen approfondi des performances de chaque partenaire commercial et d'une analyse visuelle et géographique des principaux indicateurs de ventes.

L'analyse des indicateurs de ventes, tels que les volumes de vente par distributeur, la fréquence des commandes, la satisfaction des clients finaux, et la capacité à répondre à la demande fournit une image claire de la performance de chaque partenaire. Ces données, lorsqu'elles sont analysées au niveau géographique, permettent de déceler des tendances, des zones de saturation, ou encore des territoires sous-exploités.

Prendre du recul pour analyser ces informations métiers et géographiques est essentiel. Cela permet non seulement de mettre en lumière les régions où les partenaires actuels qui sont les plus performants et ceux qui le sont moins, mais aussi d'identifier les zones géographiques qui pourraient bénéficier d'une expansion ou d'une amélioration de la présence commerciale. Cette étape initiale sert de

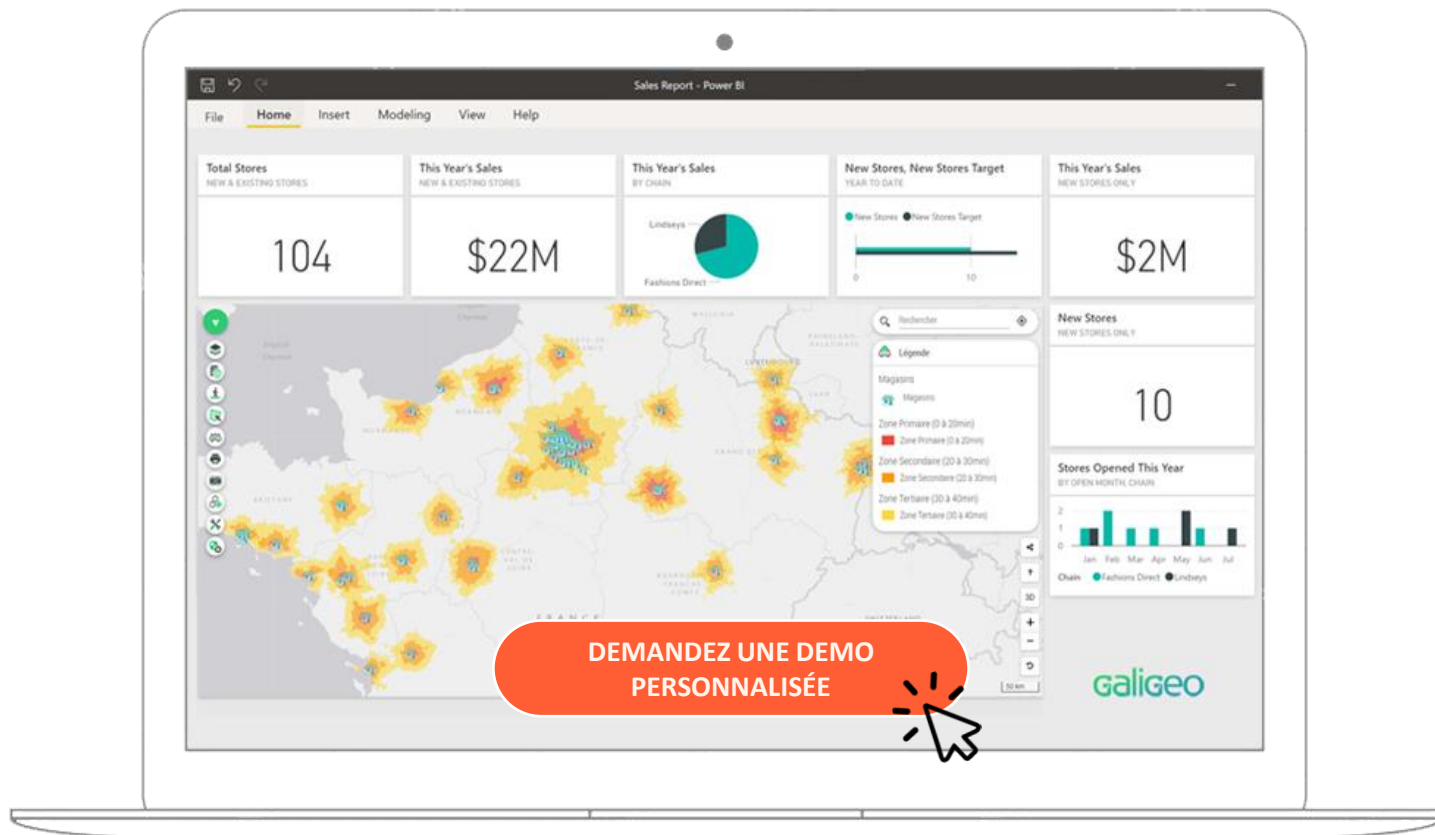
fondement pour déterminer les zones prioritaires pour le développement futur. En engageant cette approche, les fabricants peuvent non seulement optimiser leur réseau existant, mais également planifier stratégiquement l'acquisition de nouveaux partenaires dans les zones dites de conquête. Ainsi, l'analyse du réseau actuel n'est pas simplement un bilan de l'existant, mais le point de départ pour mettre en place une stratégie de développement pour les fabricants souhaitant accroître leurs parts de marché en partant des zones les plus prometteuses et en y dénichant les meilleurs distributeurs qui s'y trouvent.



VISUALISER VOTRE MAILLAGE



Calculer en 1 clic les zones de chalandises de vos partenaires commerciaux ainsi que leurs principaux indicateurs de performance des ventes, afin d'analyser la couverture territoriale de votre marque ou de certains de vos produits.



02

CHAPITRE 2.

La data au cœur des décisions

La data au cœur des décisions

Dans un monde où les décisions commerciales doivent être rapides et éclairées, la data devient non seulement un outil mais un véritable pilier stratégique pour les fabricants. Elle permet de démêler les complexités du marché, de prévoir les tendances et de situer précisément où concentrer les efforts de développement pour optimiser les retours sur investissement. Cette partie explore l'importance cruciale des données dans la formulation de stratégies de développement efficaces pour les fabricants. Une multitude de données sont évidemment essentielles pour déceler vos futures zones de conquêtes et dénicher vos futurs partenaires commerciaux.

Sources de données essentielles pour les fabricants :



Données sociodémographiques : Comprendre qui sont vos clients et où ils se trouvent et déterminer quelles typologies de personnes vivent dans une zone est fondamental. Ces données révèlent les tendances de population, les niveaux de revenu, l'âge, et d'autres facteurs démographiques clés qui influencent la consommation.



Données de flux de mobilité : Analyser où et quand les clients se déplacent peut aider à anticiper où les produits seront le plus demandés, ce qui est crucial pour planifier les distributions et sélectionner vos prochains partenaires.



Données du marché : Les informations sur la taille du marché (TAM, SAM, SOM), la part de marché, la croissance de certaines catégories de produits, et les tendances de consommation sont essentielles pour ajuster les stratégies de production et de marketing.



Données métiers : Ces données internes sur les performances de vente, l'efficacité des campagnes et les opérations logistiques offrent des insights sur ce qui fonctionne bien ou nécessite des ajustements.



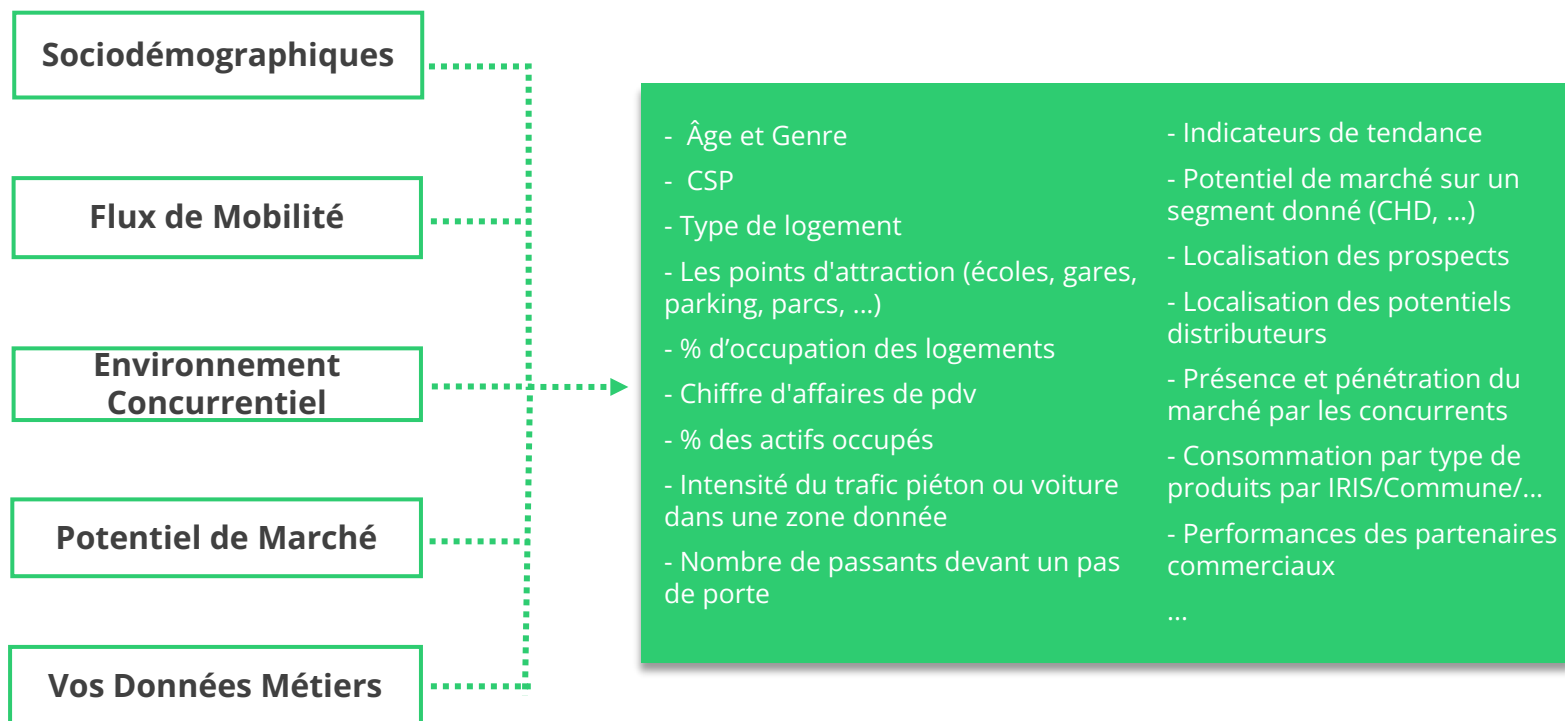
Données des partenaires commerciaux : Les performances des revendeurs, les niveaux de stock, et les feedbacks clients collectés par les partenaires peuvent fournir des informations précieuses sur la demande effective et la satisfaction des consommateurs.



Données des concurrents : Comprendre les stratégies des concurrents, leurs présences ou non dans un point de vente et leurs performances peut aider à identifier des opportunités de différenciation et d'innovation.

DÉCOUVREZ NOS DONNÉES





L'importance des données dans le développement stratégique

Sans données pertinentes, il est pratiquement impossible de mettre en place des modèles prédictifs efficaces pour identifier les zones à fort potentiel et les partenaires commerciaux les plus adéquats. Les données permettent de passer d'une prise de décision intuitive à une démarche méthodique et objective, réduisant ainsi les risques et maximisant les chances de succès.



Galigeo vous accompagne dans votre stratégie data

Chez Galigeo, nos consultants et data scientist sont spécialisés dans l'accompagnement des fabricants et plus précisément dans la collecte, la préparation et l'utilisation des données. Notre solution de géomarketing utilise ces données pour fournir des visualisations claires et des analyses poussées, facilitant ainsi la prise de décision stratégique. Grâce à notre vaste répertoire de sources de données, nous pouvons aider les fabricants à naviguer dans l'écosystème complexe du marché et à tirer le meilleur parti de chaque opportunité.

En traitant ces différents types de données avec l'expertise et les outils adaptés, les fabricants peuvent non seulement comprendre le présent mais aussi anticiper l'avenir, s'assurant ainsi une place de leader dans les marchés de demain.

DÉCOUVREZ NOS DONNÉES



03

CHAPITRE 3.

Facteurs clés de succès de votre marque

Facteurs clés de succès de votre marque

Identifier ces facteurs permet non seulement de maintenir une position solide sur le marché, mais aussi de dénicher de nouvelles opportunités de développement.

À travers une analyse approfondie des tendances du marché, des comportements des consommateurs, de la concurrence, de leurs données métiers, les fabricants peuvent mieux comprendre les leviers de leur succès.

Cette partie explore les stratégies et les méthodologies permettant de déterminer ces facteurs clés de succès en tant que fabricant.

Les 3 principales méthodes pour déterminer vos facteurs clés de succès en tant que fabricants de biens et de produits de grande consommation.

1ère méthode : analyser la présence de produits ou marques dans une zone ou dans un point de vente

L'analyse de la concurrence dans les points de vente peut sembler basique au premier abord, mais elle s'avère souvent efficace. Cette approche implique non seulement d'étudier les réseaux de distribution qui commercialisent ou non les produits de vos concurrents, mais aussi d'analyser la présence de marques et de produits complémentaires aux vôtres, car ils ciblent généralement le même type de clientèle. Il est important de se demander si la disponibilité de certains produits ou marques dans une zone ou dans un point de vente est un avantage et donc un facteur clé de succès, ou au contraire, si c'est une piste de développement moins prioritaire. Si vous ne disposez pas de ces données, nos équipes peuvent vous aider à les obtenir.

2ème méthode : Déterminer les facteurs que partagent les points de vente les plus efficaces de vos distributeurs

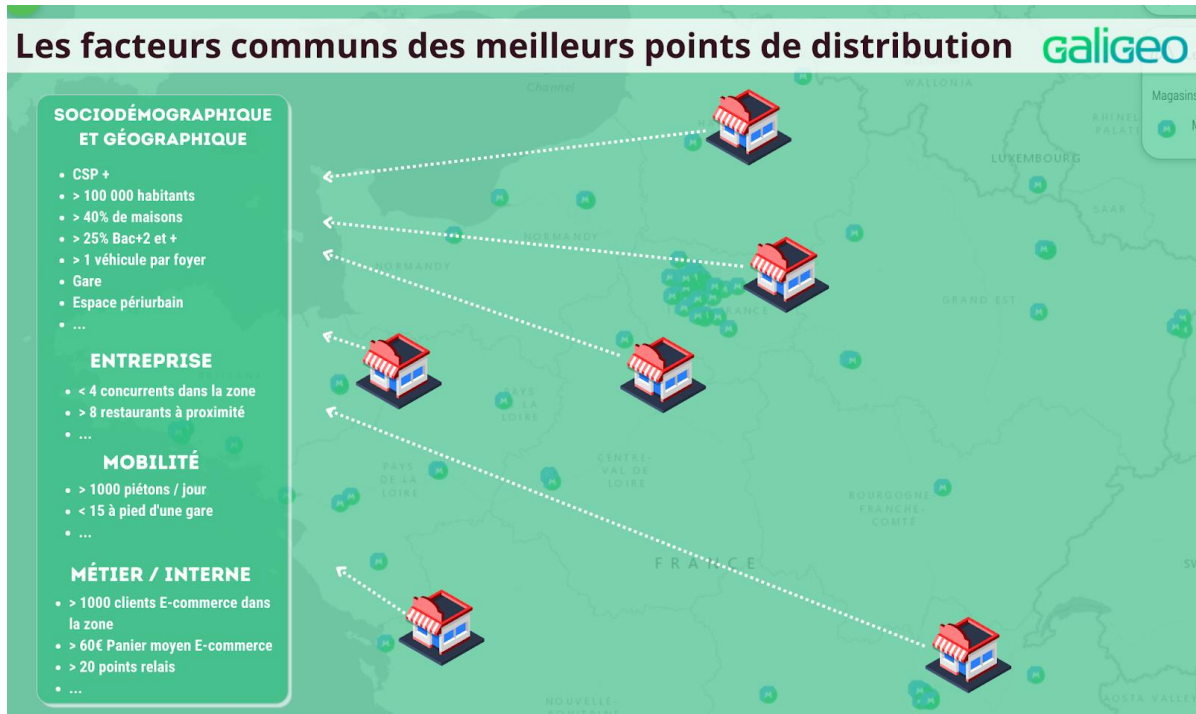
Analyser les similitudes des points de vente de vos distributeurs les plus performants pour votre marque. Cette méthode est tout aussi intuitive qu'elle peut être complexe à mettre en place, au vu du nombre et de la variété de données nécessaires.

Une solution telle que la nôtre, vous permettra en seulement quelques clics d'obtenir ces fameux facteurs clés de succès. Il ne vous suffira que de renseigner la localisation de ces points de distribution et nos modèles d'IA s'occuperont du reste.

Par ailleurs, nos modèles sont personnalisables en fonction des spécificités de vos produits et de vos besoins.

Cette approche s'avère remarquablement efficace car elle se fonde sur des données réelles de performances passées.

Demandez une démo personnalisée pour obtenir vos facteurs clés de succès à partir des points de vente les plus performants de vos distributeurs [ici](#).



3ème méthode : Analyser des études et faites parler votre expérience

L'analyse et la réalisation d'études de distribution apparaissent comme la méthode la plus évidente, car c'est celle qui est la plus plébiscitée par les marques pour dénicher de nouvelles opportunités de développement. Elle consiste ni plus ni moins en la réalisation d'études de marché dédiées à la distribution qui vous permettront d'en savoir davantage sur les caractéristiques sociodémographiques de vos clients, mais aussi sur les facteurs contextuels et environnementaux qui sont favorables à la commercialisation de vos produits dans une zone ou dans un lieu de vente.

Cette méthode peut s'avérer très onéreuse si vous faites appel à des cabinets pour réaliser et analyser vos études. C'est pourquoi, nous avons intégré directement dans notre outil un module qui vous permet en seulement quelques clics de générer vos études

Demar

Générez votre étude de marché en 2 clics

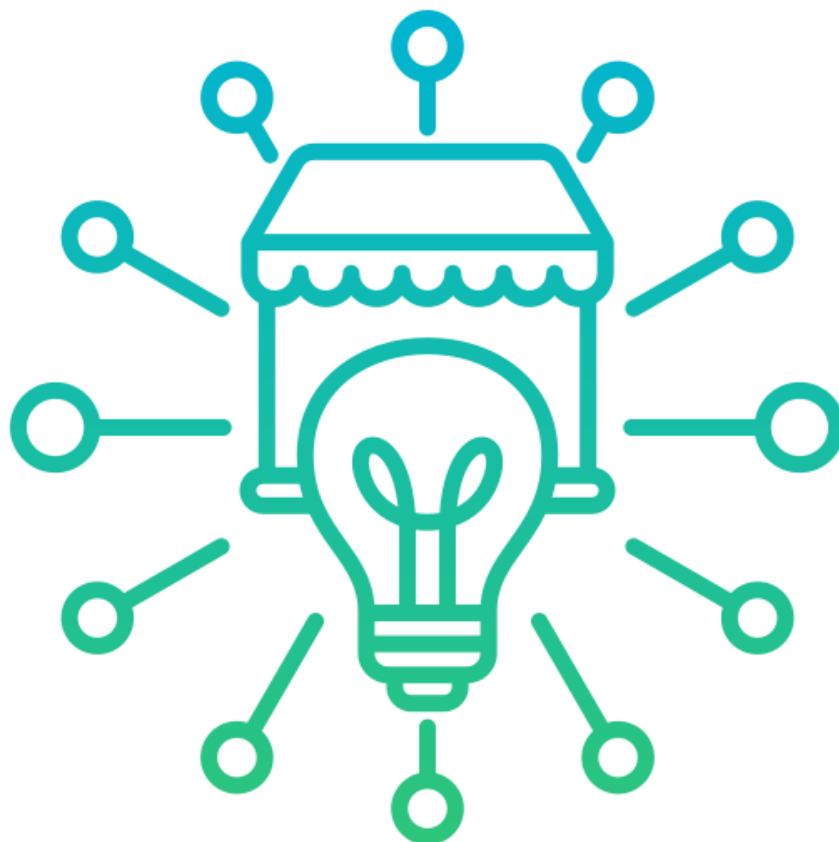
narché [ici](#).



Chacune de ces méthodes offre une perspective différente mais complémentaire pour comprendre et renforcer les facteurs qui contribuent au succès de votre marque. En les combinant, les fabricants peuvent obtenir une vision complète des facteurs importants qui favorisent leurs ventes et de ceux qui le sont moins.

En mettant en lumière ces facteurs, les fabricants seront mieux équipés pour prendre des décisions stratégiques éclairées qui favorisent non seulement la croissance mais aussi la durabilité à long terme de leur entreprise.

DÉCOUVREZ VOS FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS



04

CHAPITRE 4.

Découvrez vos zones de conquêtes

Découvrez vos zones de conquêtes



Identifiez les territoires à fort potentiel

Après avoir identifié les facteurs clés de succès de votre marque, la prochaine étape consiste à cibler les "zones de conquêtes", des territoires où le potentiel de développement et de croissance est le plus élevé. Cette partie du livre blanc explique comment utiliser une combinaison de données et d'analyses pour découvrir ces zones et in fine y dénicher les meilleurs partenaires commerciaux à contacter.

Les zones de conquêtes sont déterminées à partir d'une combinaison de facteurs tels que :

- **Analyse des performances de votre réseau existant :** Évaluez dans quels types de lieux de vente vos produits se vendent le mieux et identifiez les facteurs de cette réussite. Utilisez ces informations pour rechercher des zones similaires qui pourraient également présenter un potentiel élevé.
- **Utilisation des facteurs clés de succès :** Appliquez les facteurs clés de succès identifiés précédemment pour évaluer d'autres zones. Les zones qui correspondent aux critères de ces facteurs sont des candidats probables pour devenir des zones de conquêtes.
- **Analyse concurrentielle :** Étudiez où vos principaux concurrents sont moins présents, voir absents ou au contraire possèdent une forte présence. Ces zones peuvent représenter des opportunités pour votre développement.
- **Objectifs spécifiques de l'entreprise :** Alignez les zones identifiées avec les objectifs stratégiques de l'entreprise, qu'il s'agisse d'expansion de marché, de diversification de produit, d'augmentation de visibilité, de types de partenaires ou de méthodes de distribution.

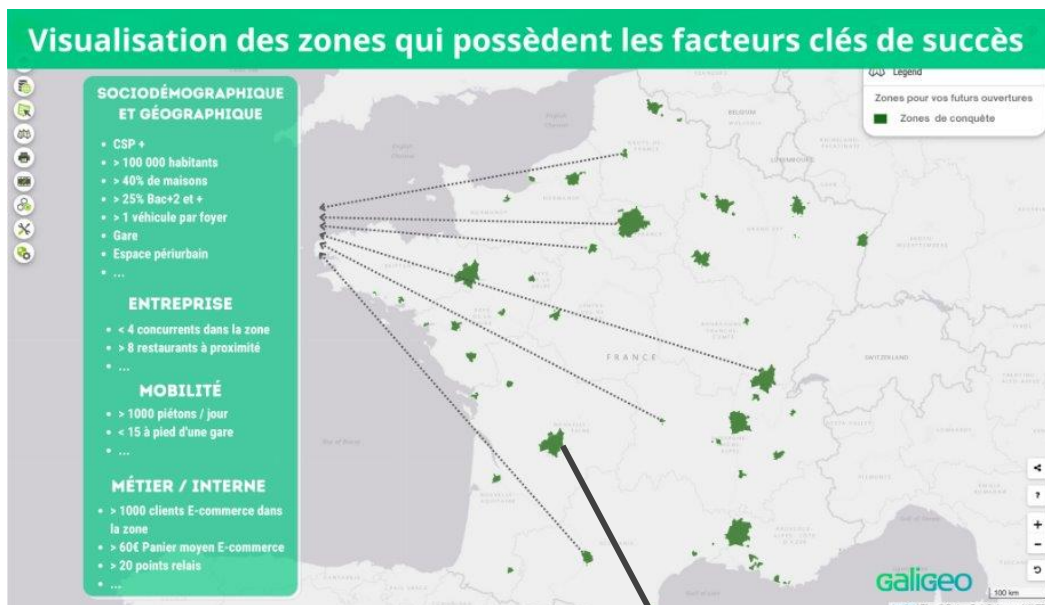
Visualiser en quelques clics vos territoires et distributeurs à fort potentiel



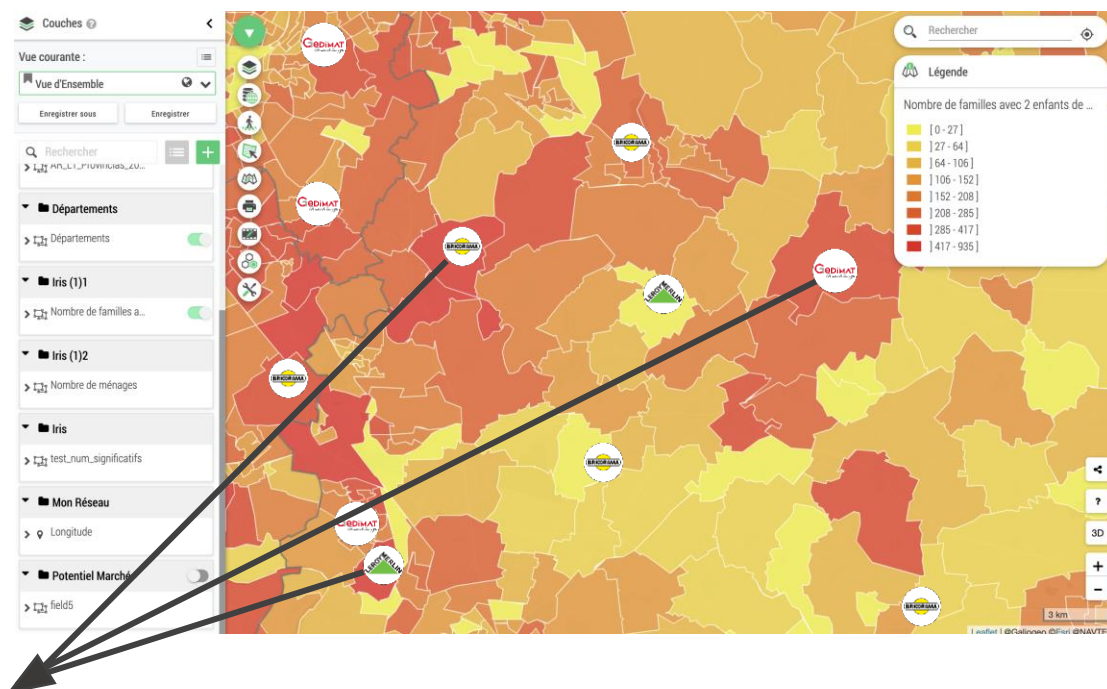
DÉCOUVREZ EN 1 CLIC VOS ZONES DE CONQUÊTES



Visualiser vos zones de conquêtes



Visualiser les points de vente intéressants dans chacune de vos zones de conquêtes



Une fois vos futurs partenaires à fort potentiel identifiés, il sera temps de passer à la sectorisation.

05

CHAPITRE 5.

Une sectorisation commerciale efficace

Une sectorisation commerciale efficace

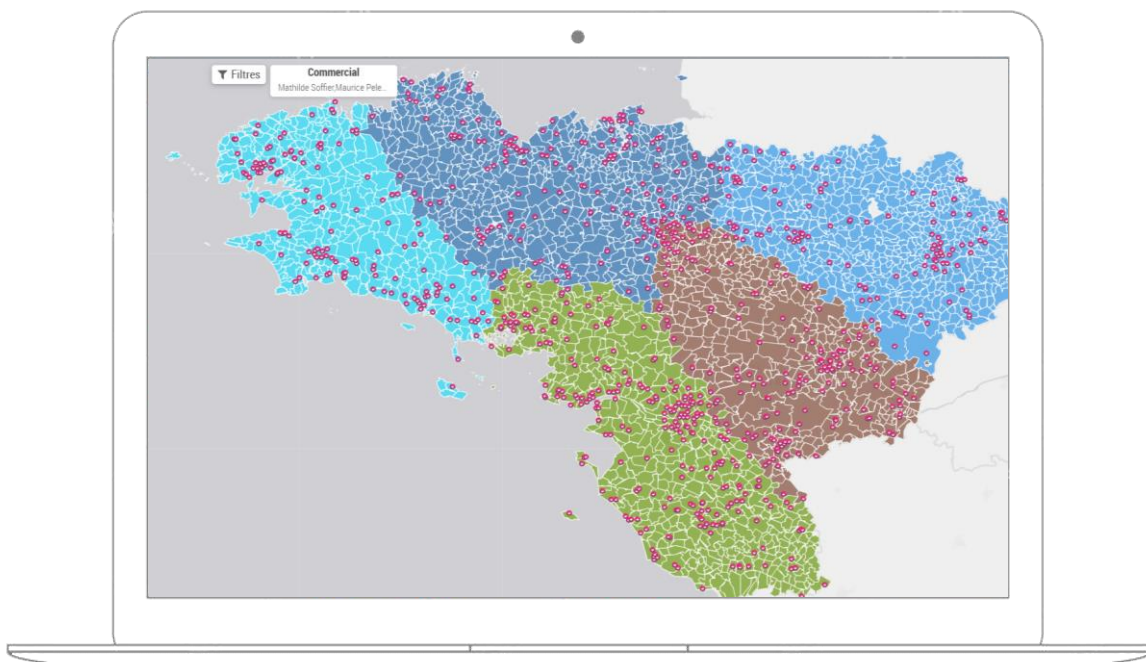
La mise en place d'une stratégie de sectorisation commerciale est essentielle pour maximiser l'efficacité des opérations terrain. Elle consiste à diviser un territoire de vente en secteurs distincts, chacun étant attribué à des équipes ou des représentants spécifiques. Cette approche permet une couverture complète du marché, une meilleure allocation des ressources humaines et matériels, et une gestion plus personnalisée des relations avec les partenaires et clients.

Dans cette partie du livre blanc, nous explorerons comment la sectorisation commerciale peut être utilisée efficacement pour la prospection et le suivi de partenaires commerciaux.

- 📍 Équilibré le potentiel commercial des territoires
- 📍 Permet de planifier et de gérer les tournées de vos équipes sur le terrain
- 📍 Répartir les comptes en fonction de différents critères (potentiel de CA, lieu de vie des commerciaux, types de comptes,...)

En conclusion, la sectorisation commerciale n'est pas seulement une méthode pour organiser les territoires de vente, mais un levier stratégique essentiel pour dynamiser la croissance et renforcer les relations avec les partenaires commerciaux. Cette stratégie assure que chaque secteur reçoit l'attention nécessaire, optimisant ainsi les efforts de prospection et les visites de suivi pour maximiser le développement de vos ventes.

Visualiser l'ensemble des découpages de vos territoires commerciaux avec l'ensemble des distributeurs à visiter.



GÉRER VOTRE SECTORISATION EN
QUELQUES CLICS



06

CHAPITRE 6.

Générer des rapports sur la performance des ventes

Vos rapports de performances des ventes

Dans un monde où la rapidité et l'efficacité des décisions peuvent déterminer le succès d'une entreprise, les rapports en temps réel sur la performance des ventes deviennent un outil indispensable. Ces rapports permettent de surveiller l'efficacité de chaque partenaire et, de manière plus globale, celle de votre réseau de distribution, fournissant une analyse claire et immédiate de la performance commerciale. Cette partie du livre blanc explique comment mettre en place et tirer profit de ces rapports pour maximiser l'efficacité de vos opérations commerciales.

Objectif des rapports de performance

Les rapports en temps réel visent à centraliser et simplifier l'accès aux indicateurs clés de performance, permettant ainsi une analyse rapide et efficace.



Prise de décision accélérée

Avec des informations toujours à jour et facilement accessibles, vous pouvez rapidement identifier les tendances, ajuster les stratégies et répondre aux défis du marché.



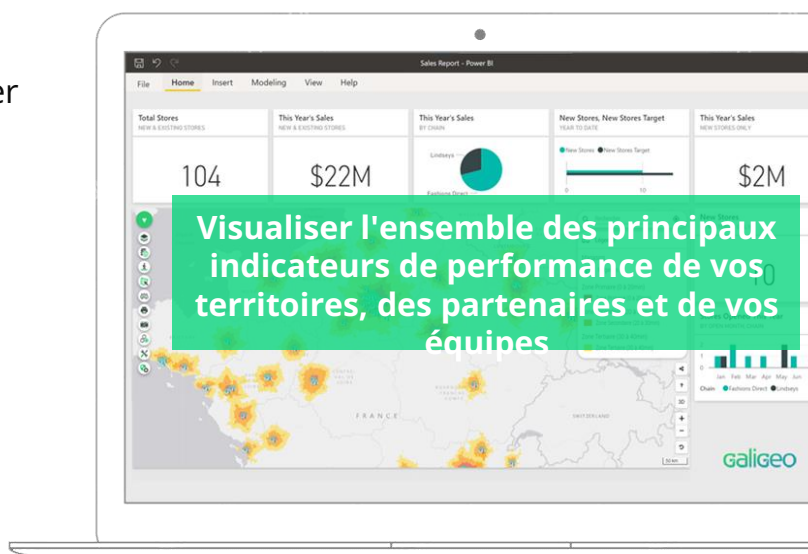
Gain de temps en analyse

Automatiser la collecte et la présentation des données élimine les processus manuels fastidieux, permettant ainsi aux décideurs de se concentrer sur l'analyse plutôt que sur la préparation des données.



Agréger les données de performances

Les rapports regroupent des données provenant de diverses sources pour offrir une vue d'ensemble de l'état de vos opérations de vente.



En analysant ces rapports, les fabricants peuvent non seulement assurer un suivi précis de leurs performances commerciales, anticiper d'éventuels problèmes mais aussi améliorer significativement leur capacité à prendre des décisions éclairées.

GÉNÉREZ VOS RAPPORTS DE
PERFORMANCES



Intégrez vos rapports de performances des ventes dans **les principaux outils BI**

Pour maximiser l'utilisation, la lecture et la customisation des rapports générés, notre solution est conçue pour s'intégrer en un clic avec les principaux outils de Business Intelligence (BI) disponibles sur le marché, tels que Power BI, Qlik, SAP BI, Tableau et IBM Cognos, etc.

Ces intégrations natives permettent aux utilisateurs de transférer et de visualiser les données relatives à leurs performances dans l'environnement BI de leur choix.



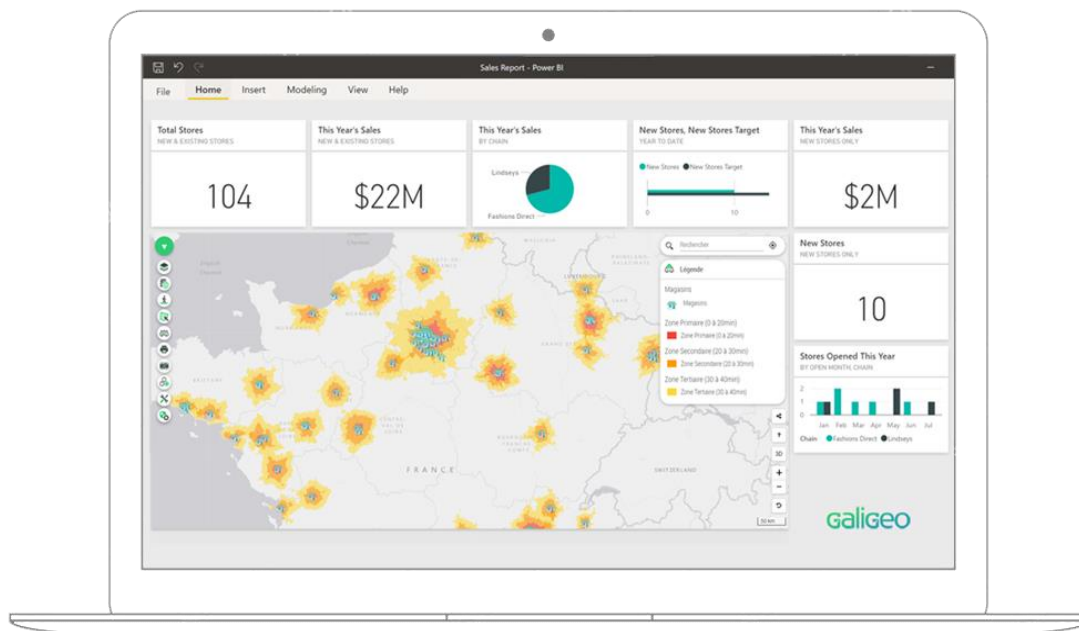
Galigeo s'intègre à tous vos logiciels BI et décisionnels



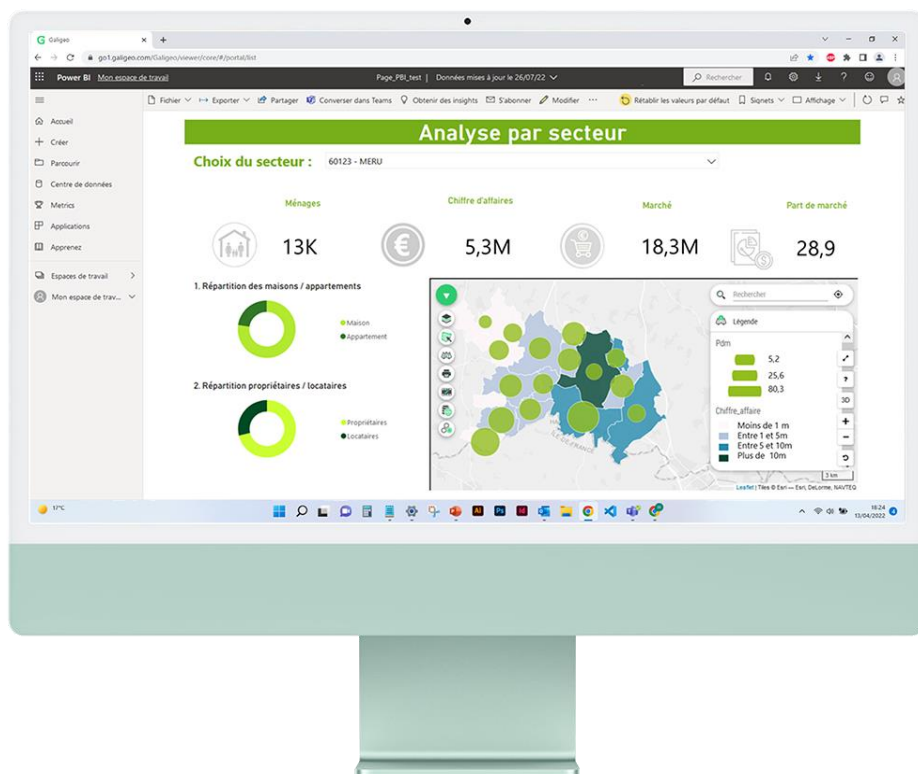
Exemples de rapports de performances des ventes dans des outils BI



Exemples de rapports de performances des ventes dans des outils BI



Analyser les indicateurs de performance des ventes ainsi que votre couverture du territoire.



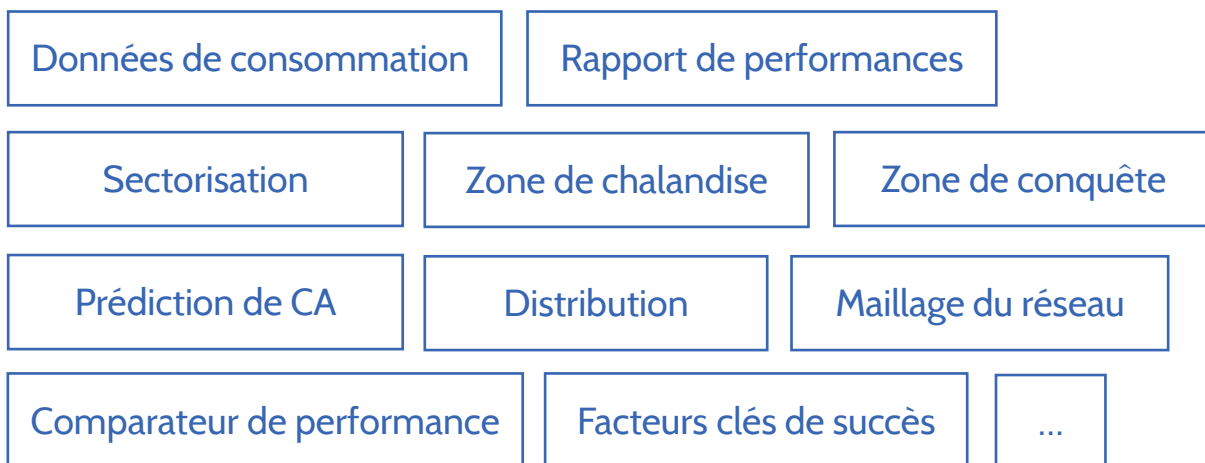
Analyser les performances des ventes de chacun de vos partenaires commerciaux mais aussi celles de vos commerciaux. En prime, découvrir les zones avec les plus forts potentiels pour ouvrir vos prochains points de vente.



GÉNÉREZ VOS RAPPORTS DE PERFORMANCES



Galigeo est un **outil all-in-one** qui vous accompagne de A à Z dans votre sélection de vos **futurs meilleurs distributeurs** ↴



DEMANDEZ VOTRE DÉMO SUR-MESURE





Notre solution vous permet en quelques clics de ...

- ✓ Afficher l'ensemble de votre réseau de distributeur et visualiser votre couverture du territoire.
- ✓ Gérer votre sectorisation commerciale et la gestion des tournées de vos équipes terrain.
- ✓ Déterminer vos facteurs clés de succès.
- ✓ Visualiser vos zones à fort potentiel dites de "conquête" et dénicher les distributeurs intéressants dans ces zones.
- ✓ Générer des rapports de performance des ventes au niveau de votre réseau et pour chacun de vos distributeurs.

Assurez-vous de prendre les meilleures décisions au niveau de la distribution de vos produits grâce à notre solution sur-mesure dédiée aux fabricants.

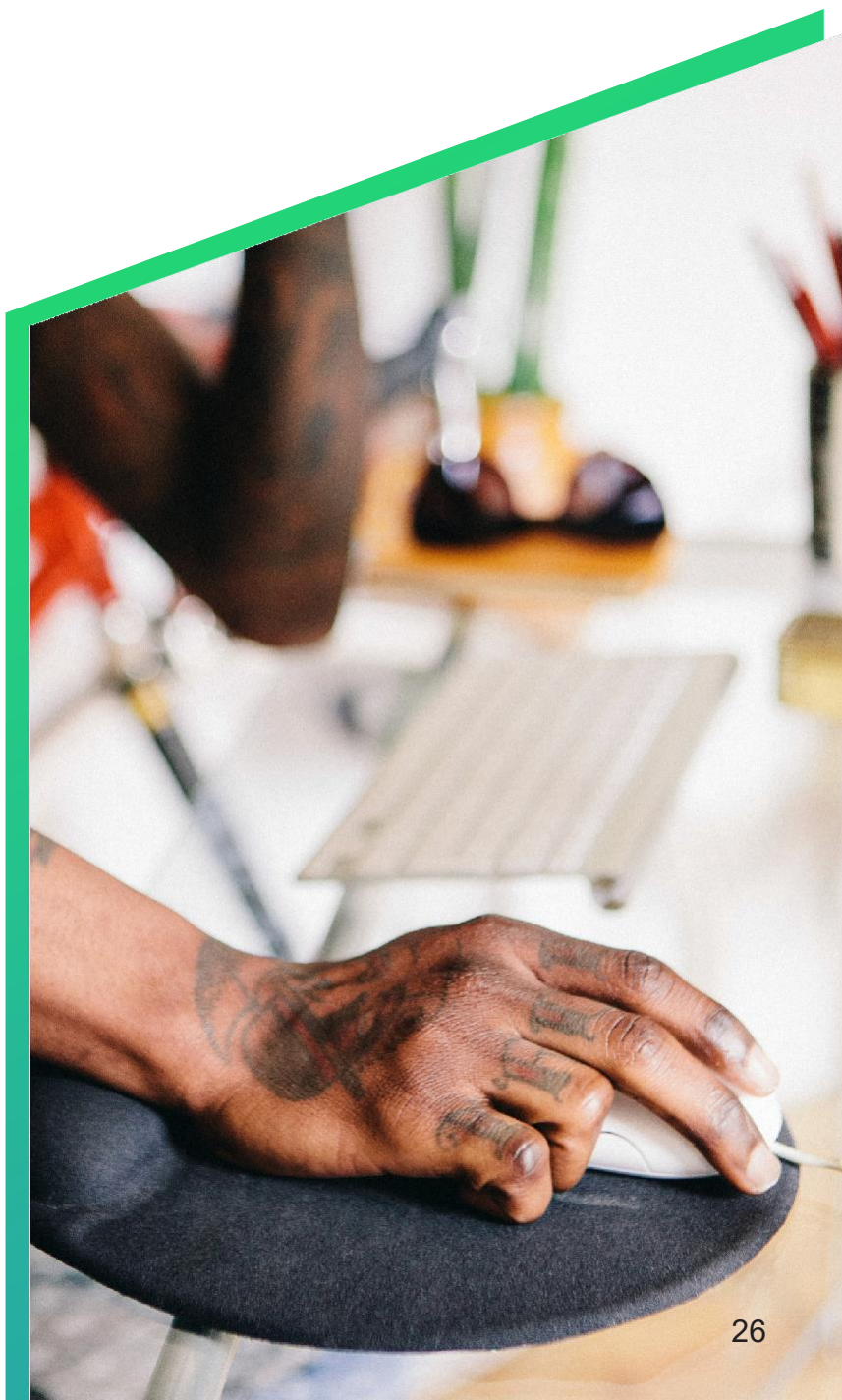
**DEMANDEZ UNE DEMO
PERSONNALISÉE**



VOTRE DÉMO SUR-MESURE

Prenez rendez-vous avec un de nos consultants pour tester notre plateforme à destination des fabricants, qui vous permettra d'optimiser votre réseau de distributeurs et de booster vos ventes.

MON RDV DÉMO



Posez vos questions et
demandez une démo personnalisée
de notre solution avec nos experts

DEMANDEZ UNE DEMO
PERSONNALISÉE

