



## Centre de formation et centre de service : au cœur du déploiement d'OTOP

Présenté en février 2018, **OTOP** tire son originalité et sa force de la combinaison d'une plateforme web [www.otop.pro](http://www.otop.pro) et d'un réseau de centres de services locaux, soit le meilleur de la distribution physique et du digital. A la clé : des économies substantielles pour le réparateur qui va acheter ses pièces en **moyenne 30% moins cher que dans la distribution traditionnelle**, tout en bénéficiant de services de proximité (livraison, gestion des retours et des garanties) assurés par le centre de services. Au total, 181 centres de services vont voir le jour d'ici 2020 : 31 intégrés et 150 franchisés. Pour accompagner son déploiement, **OTOP** a créé un centre de formation à Massy (91). Chaque responsable de centre y passe une semaine afin de s'aguerrir au concept, aussi bien de manière théorique que pratique, au sein du centre de service intégré attendant.



## MODÈLE VALIDÉ ET LANCEMENT RÉUSSI

**OTOP** a reçu sa **toute première commande le 14 février 2018** : il s'agissait d'un jeu de rotules livré à un MRA situé sur la zone de Chartres. Ce premier client s'avère d'ailleurs particulièrement fidèle, avec 28 commandes passées au cours des 2 mois suivants. Les équipes, outils et processus sont opérationnels : la machine tourne !

Les 12 premiers centres ont ouvert selon le planning initial et dans le respect du cahier des charges. La logistique fonctionne parfaitement, de l'entrepôt national vers les centres **OTOP** et des centres jusqu'aux clients-réparateurs.

## Validation des fondamentaux du concept

Côté clients, **l'accueil a été très positif** tant du point de vue du choix des marques et des produits que de la compétitivité des prix. La performance et la simplicité d'utilisation de la plateforme extranet ont été saluées par les premiers utilisateurs, tout comme la fluidité des livraisons et retours.

Au fil des centaines de commandes déjà traitées, deux interrogations-clés ont pu être traitées avec succès :

- 1 - Etonnés par le positionnement-prix particulièrement attractif pour des pièces de marque premium, les réparateurs se sont interrogés sur le maintien d'une telle offre dans le temps. Nous avons pu les rassurer en leur démontrant que l'approche tarifaire **d'OTOP** étant l'un des éléments-clés du modèle, elle ne sera pas mise en cause.
- 2 - Une des spécificité **d'OTOP** est la livraison unique à J+1 face à un standard traditionnel de 2 à 4 livraisons / jour. Là encore, l'expérience des premiers mois a confirmé que le J+1 ne représente absolument pas un obstacle pour les ateliers.

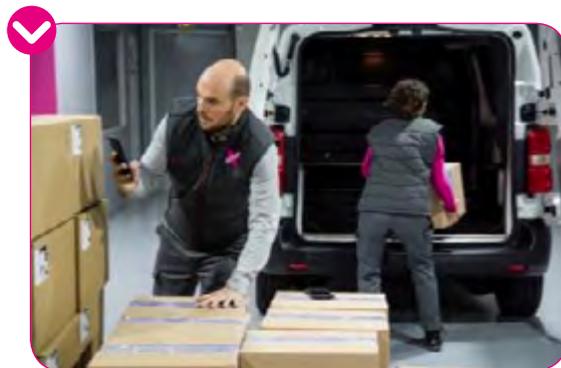


## Qui sont les clients ?

Les MRA (avec ou sans enseigne) représentent sans surprise plus de **80% des volumes**, contre 10% pour les agents de marques. Les autres catégories (fast fit, carrossiers, etc.) sont plus marginales dans cette phase de démarrage.

La livraison à l'atelier est choisie pour plus de **90% des commandes**, les 10% restants faisant l'objet d'un retrait marchandise dans le centre **OTOP**. Le service « physique », au cœur du projet **OTOP**, s'avère donc bien indispensable, même si la possibilité du retrait 24/24 demeure un élément clair de réassurance.

Le **taux de retour est bien plus faible** que dans la distribution traditionnelle. A moins de 5%, ce chiffre valide la qualité du catalogue et le choix de la référence unique par application véhicule.



## Un assortiment plébiscité

D'un point de vue produits, **la valeur du panier moyen s'avère très largement supérieure** aux prévisions initiales. Cette tendance confirme le bien-fondé de l'approche **OTOP** : les gains de marge pour le réparateur étant proportionnels à la valeur des pièces, c'est vers celles-ci que les clients **OTOP** se tournent en priorité. Les **pièces techniques** ou les pneumatiques rencontrent donc logiquement un franc succès. Un contexte qui explique que les produits de grandes ventes, à faible valeur unitaire (balais d'essuie-glace, lampes, filtres...), sont sous-représentés parmi les premières commandes **OTOP**.



Grâce à l'ergonomie de l'extranet, le réparateur considère bien **OTOP** comme un «**One Stop Shop**» où il a très vite pris l'habitude d'acheter l'ensemble des pièces nécessaire à l'entretien d'un même véhicule. **OTOP** réalise donc sa promesse initiale, offrir un produit premium au prix d'une MDD (Marque De Distributeurs).

## DES ÉVOLUTIONS PERTINENTES AVANT LA FIN D'ANNÉE

D'ici la fin de l'année, des évolutions significatives vont être apportées. Ainsi, l'extranet va s'enrichir du **module entretien constructeur**. L'assortiment **OTOP** étant constitué d'une seule référence de pièce premium par application véhicule, pas de temps perdu sur le choix des marques ou des références, en quelques clics le réparateur peut remettre un devis à l'automobiliste.

Côté produits, des familles de **produits supplémentaires** - et techniques - vont rejoindre l'offre : injecteurs, injection, filtre à particule, catalyseurs. De même, l'assortiment produits va être approfondi dans le stock national situé à Orléans (45) afin de mieux s'ajuster à l'historique des ventes.



## DÉPLOIEMENT DU RÉSEAU

Depuis février et en parfaite adéquation avec le plan de déploiement initial, 3 centres ont été ouverts chaque mois, soit un total de 12 centres. Ces 4 vagues d'ouvertures ont permis de **roder le modèle tout en validant le cursus de formation des centres**. Pour le moment, seuls des centres intégrés ont ouverts. L'objectif reste d'accueillir comme prévu les premiers franchisés (terme générique, le contrat **OTOP** est un contrat de concessionnaire) dès le mois de septembre 2018.

RÉGION	ZONE	VILLE	DATE D'OUVERTURE
Ile-de-France	Chartres	Chartres	13 février 2018
Centre-Ouest	Tours	Veigné	13 février 2018
Centre-Ouest	Orléans	Saran	15 février 2018
Ile-de-France	Anthony	Massy	13 mars 2018
Ouest	Laval	Saint-Berthevin	13 mars 2018
Nord	Rouen	Saint-Jean-du-Cardonnay	15 mars 2018
Ile-de-France	Évreux	Le Vieil-Évreux	9 avril 2018
Ouest	Angers	Beaucouzé	9 avril 2018
Ouest	Rennes	Thorigné-Fouillard	11 avril 2018
Centre-Ouest	Le Mans	Ruaudin	9 mai 2018
Nord	Valenciennes	Escautpont	14 mai 2018
Centre-Ouest	Poitiers	Chauvigny	14 mai 2018

*Objectif de 40 centres à fin 2018*



### Un parcours d'intégration poussé

Les futurs chefs de centres, intégrés ou franchisés, ne sont généralement pas issus de l'automobile. Ils sont avant tout formés à gérer un centre de services.

Préalablement à la formation métier, ils doivent obtenir l'attestation de capacité professionnelle au transport léger de marchandises.

Le futur chef de centre, et son conseiller livreur, passeront ensuite **une semaine complète de formation théorique et pratique dans le centre de Massy**, où ils seront rodés à la bonne utilisation des outils, l'application des procédures de travail ainsi qu'à l'accompagnement des clients. Ce cursus est conclu par la remise d'un certificat d'aptitude garantissant la bonne prise en main des outils et services essentiels à la réussite de son activité et à la satisfaction des clients

Toutefois, le futur franchisé n'est pas livré à lui-même à l'issue de la formation. Un coach l'accompagne durant les deux premiers jours de l'ouverture afin de s'assurer que celle-ci se déroule de manière fluide. Selon les besoins, le chef de centre, ou son conseiller livreurs pourront également bénéficier d'une formation continue sur site pour consolider leurs compétences sur les services.

Les coachs réseau **OTOP** sont ainsi **au côté du franchisé à toutes les étapes de son projet**.



## 6 mois pour ouvrir un centre

Pour les candidats à la franchise comme pour l'enseigne, réussir la phase de découverte est capital. Il est indispensable de bien évaluer les attentes et motivations mutuelles. Cette phase est gérée par Franchise & co, le partenaire **d'OTOP** en charge du recrutement.

La seconde étape est consacrée à la préparation du projet. Après une journée d'immersion et la signature d'un contrat de réservation territoriale de la zone souhaitée, le candidat établit son business plan. Il est pour cela accompagné par un coach et bénéficie du support et des outils des entreprises partenaires de **OTOP** (UX in situ, In extenso, Leaseplan, etc..).

Une fois le projet agréé par **OTOP** commence le processus d'ouverture, avec les travaux de mise aux normes du bâtiment, la formation et le démarchage commerciale.

Au total, 6 à 7 mois se seront écoulés entre la prise de contact initiale avec l'enseigne et l'ouverture du centre.



## Qui sont les futurs chefs de centres ?

Lors de Franchise Expo en mars 2018, plus de 200 contacts ont montré un fort intérêt pour la franchise **OTOP**. Pour aller plus loin dans la rencontre de candidats potentiels et dans les processus de recrutement, **OTOP** organise 10 des réunions régionales dans toutes la France, entre avril et mai.

«Ces réunions sont ouvertes à tous. En effet, **OTOP** est un concept de services sans prérequis technique ni savoir-faire. L'activité du centre est concentrée sur la matinée, laissant au franchisé **OTOP** la possibilité de se consacrer à d'autres activités comme un sport, un hobby... voire à une autre activité professionnelle. Indifféremment un homme, une femme ou un couple, le franchisé **OTOP** doit être organisé, fiable et avoir l'esprit de service pour répondre aux exigences de qualité de la marque» explique Thierry DONINI, Responsable Recrutement du réseau **OTOP**.

## Les candidats à la franchise sécurisés

Il est naturel, pour une enseigne naissante comme **OTOP**, d'affiner à la fois le concept et les business plans des centres à la vue des résultats des premières unités opérationnelles. Afin de **sécuriser des investisseurs** venus d'horizons très différents en les aidant à identifier et s'approprier au mieux les atouts-clés du concept, **OTOP** a décidé de proposer aux premiers candidats (jusqu'en mars 2019) un **contrat de pilotage innovant**.

Il s'agit de sécuriser :

- Les revenus du centre afin de lui permettre de produire rapidement un résultat d'exploitation ;
- L'investissement du candidat : durant 1 an, le candidat pourra déclencher quand il le souhaite - sous réserve de bonne gestion - une clause de sortie. NEWDIS France (société qui déploie l'enseigne **OTOP**) aura alors obligation de rachat des titres du candidat à leur valeur nominale (ainsi que les comptes courants).





## A retenir

Les premiers pas **d'OTOP** confirment en tous points la **pertinence du concept comme le bien-fondé de sa stratégie de recrutement**. Les fondamentaux du concept **OTOP** ont ainsi été pleinement validés par le marché dès les premiers mois de fonctionnement. Ils vont bien entendu être affinés et enrichis au cours des prochains mois, mais ces évolutions resteront marginales.

Côté business, **le plan de marche est respecté** en termes de volumes, avec un panier moyen au-dessus des estimations et un mix clairement orienté vers les pièces techniques Premium à forte valeur ajoutée.

Sur la base des excellents contacts pris notamment à Franchise Expo Paris, l'équipe **OTOP** va consacrer les prochains mois au déploiement opérationnel et à l'ouverture de centres. **Sur un rythme de 6 ouvertures par mois à partir de septembre, OTOP atteindra son objectif initial de 40 centres opérationnels en fin d'année 2018.**



Cliquez ici pour accéder au site internet OTOP  
<https://otop.pro>