

« ADEMAs mène une étude qualitative sur les gérants de point de vente »



Dans l'optique de booster les ventes des produits du marketing social distribués au niveau du secteur public ADEMAs ambitionne la mise en place d'une nouvelle stratégie de vente selon un modèle de distribution indirecte allant du grossiste au détaillant. Cette stratégie offrirait le double avantage de vendre plus en réduisant les coûts liés à la distribution. Pour adresser au mieux cette approche une étude auprès de 56 gérants de points de vente a été conduite afin de traquer des informations sur les insights permettant de créer des archétypes de gérants de PVD, et d'identifier les motivations qui pourraient favoriser la priorisation des produits comme les préservatifs. Cette étude a concerné les régions de Dakar, Mbour, Saint Louis, Touba, Ziguinchor, Kaolack et Kédougou. La méthodologie utilisée est qualitative, elle est axée sur les entretiens, les focus group et les observations. L'atelier d'interprétation des données issues de l'enquête a permis d'identifier les déterminants sur lesquels le marketing devra s'appesantir notamment en termes de promotion de la relation commerciale promoteur- gérant, l'amélioration des modalités de paiement et la mise en place d'activités promotionnelles. Les résultats issus de cette enquête devront guider l'élaboration d'un plan Marketing sur les gérants de point de vente, en se basant sur des déterminants clairement identifiés, de façon à accroître le volume des ventes.

Bi-Weekly Update

Vol 3 N° 13

15-31 Avril

ADEMAs mène une étude qualitative sur les gérants de point de vente

À venir

Formation avancée sur le système DHIS2