

Newdis présente Otop à la conférence “Retail Project” 2018

vendredi, 02 mars 2018

Organisée chaque année, la conférence “Retail Project” du groupe Dia-mart a accueilli, le 15 février dernier à Paris, Newdis et son président, Franck Millet, afin que celui-ci présente son concept de distribution disruptif Otop, véritable petite révolution dans le domaine de la distribution de pièces de rechange.



Au centre, Franck Millet, cofondateur de Newdis et du concept Otop, durant la conférence “Retail Project” 2018.

Le groupe Dia-mart, spécialisé dans le conseil auprès des entreprises de *retail*, accompagne les marques et les enseignes dans la définition et la mise en œuvre de leurs stratégies, de la compréhension des clients jusqu’à la mise en place opérationnelle au point de vente.

Et chaque année, il organise une conférence intitulée “Retail Project”, dont la dernière édition a eu lieu le 15 février dernier à Paris. Une édition où la distribution de pièces auto était à l’honneur, mais pas n’importe laquelle : celle, [disruptive](#), que propose le groupe Newdis avec son concept Otop !

Les pros du retail consommateurs eux aussi

Cette année, la conférence avait érigé en thème principal de ses tables rondes les “Formats Innovants de distribution : hybrides et radicaux”. L’occasion idéale pour Franck Millet, président de Newdis, de venir présenter Otop. Et, s’adressant au public, celui-ci a tenté de faire réagir les consommateurs que sont aussi les professionnels du retail dans leur vie quotidienne.

« Le garage achète sa pièce plus cher que vous sur les sites grand public, c'est incompréhensible, a-t-il souligné. Le parcours client du réparateur n'est pas satisfaisant : nous parlons de parcours client alors qu'acheter ses pièces pour le réparateur est plutôt un parcours du combattant. » Autant de réflexions à l'origine du concept Otop.

Otop : un modèle « frugal »

Comme nous l'avons déjà souligné dans un [précédent article](#), Otop entend remettre le réparateur au cœur du marché au travers d'un modèle « frugal », selon ses fondateurs, « puisque les centres sont dimensionnés au plus juste pour être efficaces (pas d'informatique sinon des Smartphones) et économiques pour assurer des pièces 30% moins chères pour le réparateur que la distribution traditionnelle », livrables en J+1.

Raccourcissement du circuit de distribution, concentration sur « les «irritants» du parcours client comme les retours, les avoirs, les problèmes de facturation », tarifs encore plus compétitifs que ceux de la distribution web BtoC sur des pièces, accessoires et consommables d'équipementiers premium... Les ingrédients de la recette Otop surprennent, et ont à coup sûr interpellé l'audience de la conférence “Retail Project” 2018.