

## Otop : moisson de contacts sur Franchise Expo Paris

vendredi, 06 avril 2018

Présent dès sa première année d'existence sur Franchise Expo Paris, du 25 au 28 mars derniers, Otop a réussi un excellent salon, puisqu'il y a enregistré quelque 200 contacts qualifiés ! De quoi satisfaire le groupe Newdis, qui avait fait le nécessaire pour mettre en valeur son enseigne disruptive de distribution de pièces de rechange durant l'événement.



*Toute l'équipe dirigeante et de développement d'Otop sur le stand de l'enseigne à Franchise Expo 2018.*

Dans le Landerneau de la pièce de rechange automobile, ce premier trimestre 2018 était décidément à marquer d'une croix... rose ! Celle d'Otop bien sûr, l'enseigne de [distribution disruptive](#) du groupe Newdis dirigé par plusieurs anciens du groupe Doyen. Après un lancement qui a fait du bruit, puis une présence remarquée dans [l'une des plus importantes conférences annuelles](#) dédiées au retail, le moment pour Otop était venu de parler marque et recrutement. Et quel meilleur salon que [Franchise Expo Paris](#) pour séduire ldes candidats, même si l'enseigne se déploie sous le régime de concessionnaires ?

**Des objectifs élevés pour Otop**

Désireux de créer, à terme, quelque 150 concessions en plus de sa trentaine de succursales en cours d'implantation (3 par mois jusqu'à juillet puis 6 par mois ensuite), Newdis affichait donc des objectifs élevés pour cette première participation à Franchise Expo. L'événement, qui s'est tenu au Parc des Expositions de la porte de Versailles du 25 au 28 mars derniers, est le traditionnel rendez-vous des réseaux de commerce et de service en franchise, en commerce associé ou sous licence de marque.

Des objectifs relevés haut la main, si l'on s'en tient aux premiers échos du salon que nous a livrés Franck Millet, P-dg de Newdis. *«Nous avons enregistré plus de 200 contacts qualifiés durant ces quatre jours, se félicite-t-il. Une grande diversité de profils est venue se renseigner, résultat du travail effectué en amont par nos équipes auprès de la presse spécialisée franchise. Beaucoup de ceux qui sont venus nous rencontrer l'ont fait en connaissance de cause.»*

### **L'attrance d'un concept original et d'un stand flashy**

Pas de profil dominant parmi ces 200 prospects ; néanmoins, deux groupes distincts se détachent tout de même, selon Franck Millet. *«D'un côté, ceux qui souhaitent s'investir comme opérateur de services et, de l'autre, ceux qui sont dans une véritable logique d'investisseurs, avec l'ambition de déployer plusieurs centres»*, confirme le dirigeant. Ce qui plaît particulièrement à ces contacts qualifiés ? Un métier bien cadré, des outils modernes et une véritable complémentarité entre web et réseau physique.

Stand vaste, mise en avant du logo forte et de plusieurs façons, position relativement centrale dans le Hall 3 du Parc des Expositions : l'image de marque d'Otop, très soignée sur ce salon, n'était pas étrangère à l'attrance exercée par l'enseigne sur les visiteurs.

*«Nous avons délibérément choisi de ne pas mettre le stand au milieu de ceux des autres réseaux auto car nous souhaitons le rapprocher des stands de service, car notre métier est un [métier de service](#), insiste Franck Millet. De plus nos visiteurs ont été séduits par les importants moyens que nous avons mis dans le concept.»*

### **La suite ? Des réunions régionales**

A partir de ce mois d'avril et durant tout le printemps, Otop va partir en tournée en France pour 9 étapes : 3 en Île-de-France, 6 en province, afin de rencontrer ses prospects dans leur région d'origine.

En tout cas, l'enseigne se dit confiante sur sa capacité à boucler ses objectifs déclarés plus tôt dans l'année : ouvrir 42 centres en 2018 (dont les 30 filiales précitées). *«Nous sommes parfaitement capables de réaliser nos ambitions d'ouvertures pour l'année, se réjouit Franck Millet. L'objectif n'a même jamais semblé aussi cohérent que maintenant.»* Ainsi, même en termes de recrutement, le train Otop semble donc bien parti sur de bons rails.