

PROXIMITÉ CLIENT

Djezzy poursuit l'ouverture de nouvelles boutiques

● En poursuivant le déploiement de sa 4G, après avoir accompli son réseau 3G, Djezzy vise un autre objectif, celui de se rapprocher davantage de ses clients. L'opérateur prévoit d'atteindre 500 boutiques toutes avec le même design de «proximité».

Par Abdelkader Zahar

Les Centres de services (CDS) de Djezzy sont en train de connaître un véritable lifting, dans le cadre de cette étape «importante dans le processus de transformation» que connaît l'opérateur. Selon une source chez Djezzy, en 2016, l'opérateur a ouvert «21 boutiques» avec un «nouveau design» portant le «nombre de structures opérationnelles à 95». «Pour l'année en cours, les équipes travaillent d'arrache-pied pour livrer 151 nouvelles boutiques.» Au cours de janvier dernier, «six nouvelles boutiques» ont été inaugurées à Laghouat, Bouira, Tlemcen, Oran, Relizane et Mascara. En même temps, plusieurs autres CDS ont été rénovés et ont rouvert un peu partout dans le pays. Une touche «digitalisation» a été apportée à ces boutiques où les abonnés et futurs abonnés «sont invités à vivre une expérience client totalement innovante, guidée par une équipe formée spécialement pour leur faire découvrir toutes les opportunités du monde digital», ajoute la même



source. C'est l'ensemble des boutiques de Djezzy implantées dans les 48 wilayas «qui sont en train de changer afin de s'adapter aux exigences de l'ère digitale, répondre aux nouvelles attentes des consommateurs et accompagner la mutation de l'opérateur vers une entreprise technologique». Un processus de redéploiement amorcé depuis les accords de janvier 2015 marquant l'entrée du FNI dans le capital de Djezzy. «Nous avons l'ambition d'ouvrir entre 300 et 500 boutiques sur le territoire national. Nous l'avons toujours dit, car nous pensons qu'il est extrêmement important pour Djezzy d'être un opérateur de proximité. Au lancement de la 4G à Alger, depuis notre boutique de Bab-El-Oued, il y avait un flux ininterrompu de

clients. Nous disposons aujourd'hui de 95 boutiques, mais si nous réussissons à en voir 500, cela voudra dire que nous mettons en place le dispositif qui permettra de mieux couvrir le territoire national et de répondre aux besoins des consommateurs. Il y a donc cette proximité avec le client qui nous manque aujourd'hui», a récemment déclaré Vincenzo Nesci, président exécutif. Au-delà du souci de proximité, l'opérateur réaffirme son engagement à mettre le client au centre de sa stratégie. «Ce à quoi nous aspirons avec une nouvelle formule ; ça devra être une boutique où il y a des personnes qui sont capables d'identifier le besoin du client et de lui offrir la solution idéale. Cela veut dire que nous

disposons sur des personnes aux pro-

files très différents ce dont nous disposons actuellement. Nous allons repenser complètement les profils d'embauche et les formations à dispenser à nos futurs collègues», affirmait encore le président exécutif dans les colonnes d'un quotidien national.

Formation, partage

Selon Djezzy, les nouvelles boutiques «ne se résument pas à de simples comptoirs de ventes de produits même si cela relève de la base de la pratique commerciale» de toute entreprise. Dans sa nouvelle vision, Djezzy affirme vouloir «créer des centres de formation et des lieux de partage de la connaissance et d'initiation au monde digital». L'opérateur va donc poursuivre sa politique de recrutement

en ciblant des «profils différents» pour «animer les nouvelles boutiques, décoder les besoins des clients et les orienter vers les services adaptés à leur mode de consommation». Une grande partie la transformation de Djezzy est liée au «changement de culture d'entreprise», affirmait tout récemment le nouveau directeur général, Matthieu Galvani, dans un entretien accordé à plusieurs titres de la presse. «On veut continuer à être les meilleurs. Pour cela, il faut trouver les bons moyens et les bons investissements pour se rapprocher davantage du client. Nous avons un plan d'investissement très important pour augmenter le nombre de magasins. On planifie de recruter plusieurs centaines de personnes dans un temps assez court, et s'assurer qu'elles aient les bonnes formations, qu'elles comprennent bien les produits, qu'elles soient bien encadrées, et qu'elles adoptent des procédures de travail différentes de celles qu'elles avaient avant». Pour M. Galvani, lorsqu'un employé de Djezzy «propose à client un smartphone avec un plan tarifaire où il y a de la data et de la voix en illimité», il faut qu'il prenne «le temps de lui expliquer, de lui suggérer d'acheter tel smartphone et pas un autre, de comprendre son usage, et non pas de lui vendre un pack plus cher ou moins cher». «Il faut que les gens puissent entrer dans un magasin, poser des questions, sans être obligés d'acheter», a-t-il déclaré.

A. Z.

Condor introduit le téléviseur 8K et promet d'autres innovations

● Avec un chiffre d'affaires de 90 milliards de dinars, soit 950 millions de dollars, Condor Electronics est le leader incontesté du marché algérien des produits IT, électroniques et électroménagers. Avec l'avènement mondial de l'électronique numérique et de l'affichage digital, cette compagnie s'est imposée dans le marché des images et surtout dans la conception, fabrication et commercialisation des produits électroniques.

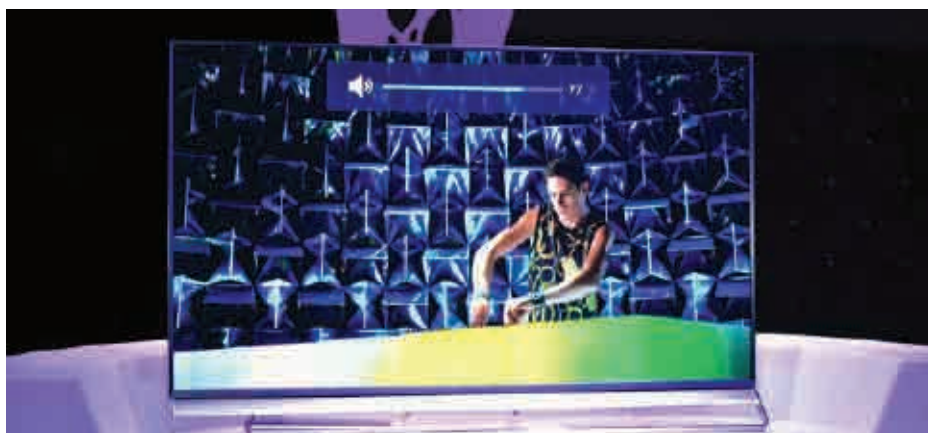
Par Farid Farah

«Condor Electronics a enregistré un chiffre d'affaires de 90 milliards de dinars, soit 950 millions de dollars», a révélé son président du Conseil d'administration, Abderrahman Benhamadi, lors de la troisième édition de la cérémonie de récompense des meilleurs partenaires «showrooms et revendeurs» qui s'est tenue samedi dernier au Centre international des conventions (CIC) d'Alger. Il s'agit d'un chiffre d'affaires record avec une hausse de 17% par rapport à 2016, selon la même source. La «nouvelle» activité dans le domaine des technologies mobiles a permis à Condor de lancer plus de 30 modèles de smartphones et une panoplie d'objets connectés et de produits IT. Ce qui a permis à la division Mobile et IT de détenir 50% de parts de marché en affichant un taux de croissance de 31% du chiffre d'affaires de l'entreprise. Pour l'année 2017, la firme algérienne a adopté plusieurs axes stratégiques : proposer des solutions adaptées aux attentes des consom-

mateurs sur les nouveaux usages de la TV, s'entourer des partenaires les plus novateurs pour réussir l'internationalisation de ses activités et répondre aux besoins des clients dans les meilleurs délais. L'entreprise table alors sur une part de marché de 40% sur l'ensemble des gammes et des produits commercialisés, et sur un taux d'intégration compris entre 60 et 70%. Côté ressources humaines, le début de l'année en cours a été marqué par une augmentation significative de 12.77% pour atteindre un effectif de 6 180 employés. Grâce à son innovation technologique, Condor a été le premier fabricant algérien des produits électroniques à participer, l'an dernier, au MWC (Mobile World Congress), la plus grande messe des technologies mobiles, un rendez-vous auquel il sera d'ailleurs présent, une fois encore, cette année.

L'ultra high definition TV (UHD TV)

Condor Electronics est le plus grand fabricant de téléviseurs à écrans plats en Algérie. Depuis son entrée en activité, la société a commercialisé plus de 9 millions de téléviseurs. Avec plus de 60 ingénieurs et un centre de recherche et développement, Condor compte fabriquer 3,5 millions de nouveaux produits répondant aux usages de la télévision de demain. En 2016, Condor Electronics lance la commercialisation de son Téléviseur OLED et devient ainsi le premier producteur algérien à mettre à disposition des consommateurs, le summum de la technologie d'affichage, plus qu'un LED : un OLED.



Pour cette année, Condor intègre dans sa gamme «grand public» un modèle 8K. Le nouveau téléviseur a été présenté samedi dernier à ses partenaires médias. Il se présente sous la forme d'un écran tactile dont la résolution a atteint 7 680 pixels en largeur par 4 320 pixels en hauteur, soit environ 80 fois la SD, 36 fois la HD, 16 fois la Full HD et 4 fois la 4K. Doté d'une télécommande intelligente et rechargeable, le nouveau téléviseur de Condor inclut la HDR10, une technologie qui permet de capturer puis d'afficher sur l'écran du consommateur final une image qui contient des détails aussi bien dans les zones bien éclairées que sur les zones sombres pour une même scène. Le téléviseur 8K de Condor englobe d'innombrables technologies pour afficher une image toujours plus sensationnelle. L'une d'elles est le «Local Dimming», une

technologie qui permet de croître le taux de contraste afin d'obtenir une très bonne qualité. Le «Quantum Dots» permet au téléviseur d'exprimer un éventail impressionnant de nuances de couleurs, pour apporter plus de réalisme aux images. Concernant les perspectives 2017, Condor lancera 3 projets de production, à savoir : une nouvelle unité de production de congélateurs à usage domestique et commercial d'une capacité de production de 200 000 unités par an. Une mise à niveau des équipements de l'unité de production de climatiseurs, permettant le lancement de nouveaux climatiseurs fonctionnant au gaz R32, un réfrigérant écologique et économique. Pour rappel, les climatiseurs Condor, au taux d'intégration dépassant les 80%, se classent en tête des ventes depuis plusieurs années.

F. F.