



**HOOPE**

CÔTE D'IVOIRE

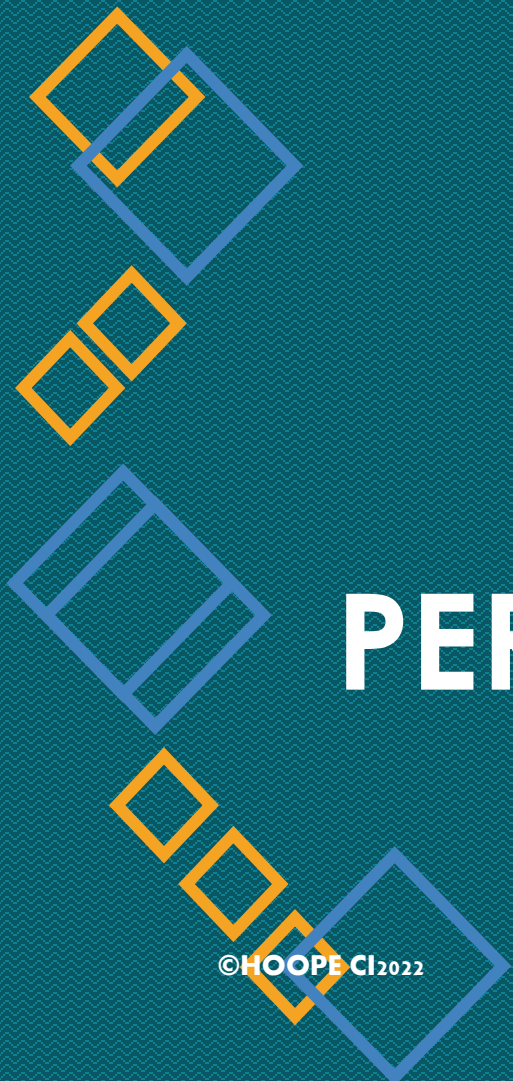


MTN



# PERFORMANCES COMMERCIALES

## MAI 2023



©HOOPE CI 2022

**Strategic Partner Régions Gôh-Djiboua :**  
**Issia, Gagnoa, Saïoua, Gueyo, N'douci, Guitry, Tiassalé, Divo, Lakota et environs**

# Performances KPI clés Mai.-23

89,1%

**Sales**

Taux de réalisation de l'objectif

117,0%

**Gross add Consumer**

Taux de réalisation de l'objectif

82,9%

**Cash In**

Taux de réalisation de l'objectif

115,7%

**Gross add MoMo**

Taux de réalisation de l'objectif

87,2%

**Cash Out**

Taux de réalisation de l'objectif

63,2%

**Self recharge**

Taux de réalisation de l'objectif

## Analyses/ Commentaires :

Seuls les objectifs sur le recrutement (Gross add Consumer & Gross add MoMo) ont été atteints à hauteur de 100%.  
Nous devons donc rehausser le niveau afin de rattraper le Gap et finir à 100% sur tous indicateurs de la lettre du trimestre.

## Problèmes rencontrés :

- Plusieurs braquages dans la zone dont nos commerciaux sont victimes (dépréciations de fonds)
- Malversations du float par plusieurs commerciaux (d'où le produit ne descend pas chez les acteurs clés).
- Reprise agressive des activités et actions de l'opérateur Orange.

## Actions menées :

- Sales & Cico :** Lancement du challenge « Tempête de visites » à l'endroit des commerciaux motorisés afin de susciter la performance en touchant le maximum de points de vente disponible.
- Révision à la hausse de la dotation de tous les commerciaux de la chaîne de distribution afin de capter toutes les opportunités de ventes.
  - Accentuation des Audits et contrôles du réseau de ventes.
  - Remplacement progressif de la flotte motos pour faciliter la mobilité des agents
  - Recrutement de nouveaux commerciaux motorisés.
  - Reprise des animations trade marketing pour le développement des ventes.

|                                        | Sales  | Cash In | Cash Out | GA Consumer | GA MoMo | Self recharge |
|----------------------------------------|--------|---------|----------|-------------|---------|---------------|
| % Var MoM (Mai. 2023 vs Avril. 2023) : | +0,02% | +10,7%  | +2,0%    | +3,8%       | +6,0%   | -1,8%         |
| TRO (cumul Q2 23 vs Objectif Q2 23) :  | 93,1%  | 81,6%   | 87,1%    | 114,4%      | 111,1%  | 63,9%         |
| YOY (Mai. 2023 vs Mai. 2022) :         | +1,3%  | -17,0%  | +19,5%   | +71,4%      | +79,0%  | +4,0%         |

Seul l'indicateur self recharge enregistre une Baisse Vs le mois précédent (Avril 2023).  
Vs Target, des efforts restent encore à faire sur tous les indicateurs excepté le recrutement (les Gross add).  
Vs Mai 2022 (YoY), Tous nos indicateurs sont en progression excepté le Cash in.

Des actions d'urgences devront être menées sur le mois de Juin à savoir :

- Une tournée de mobilisation et de formation des équipes commerciales,
- Des Audits et contrôles réguliers du fonds de roulement mis à disposition des commerciaux dans chaque zone,
- Lancement de plusieurs challenges à l'endroit des Marchands, Pos et des équipes commerciales pour créer l'émulation et susciter la performance.

# Analyse par localité

| LOCALITE | SALES |           |       | GROSS ADD CONS |           |       | GROSS ADD MOMO |           |       | SELF RECHARGE |           |       |
|----------|-------|-----------|-------|----------------|-----------|-------|----------------|-----------|-------|---------------|-----------|-------|
|          | MoM   | vs Target | YoY   | MoM            | vs Target | YoY   | MoM            | vs Target | YoY   | MoM           | vs Target | YoY   |
| DIVO     | ▼ -1% | ▼ -7%     | ▼ -1% | ▼ -2%          | ▲ 0%      | ▲ 56% | ▼ -2%          | ▼ -3%     | ▲ 59% | ▼ -3%         | ▼ -34%    | ▲ 5%  |
| GAGNOA   | ▲ 2%  | ▼ -9%     | ▲ 1%  | ▲ 14%          | ▲ 57%     | ▲ 87% | ▲ 19%          | ▲ 59%     | ▲ 94% | ▲ 1%          | ▼ -32%    | ▲ 1%  |
| TIASSALE | ▼ -4% | ▼ -15%    | ▼ -2% | ▲ 11%          | ▲ 30%     | ▲ 71% | ▲ 19%          | ▲ 34%     | ▲ 73% | ▼ -5%         | ▼ -40%    | ▲ 4%  |
| GUEYO    | ▲ 7%  | ▼ -9%     | ▼ -4% | ▼ -46%         | ▼ -22%    | ▲ 31% | ▼ -22%         | ▼ -12%    | ▲ 69% | ▼ 0%          | ▼ -39%    | ▲ 3%  |
| GUITRY   | ▼ -3% | ▼ -7%     | ▼ -2% | ▼ -18%         | ▼ -6%     | ▲ 73% | ▼ -11%         | ▼ -12%    | ▲ 80% | ▼ -4%         | ▼ -36%    | ▲ 10% |
| ISSIA    | ▼ -2% | ▼ -18%    | ▲ 8%  | ▲ 0%           | ▲ 3%      | ▲ 83% | ▲ 0%           | ▲ 3%      | ▲ 85% | ▼ -4%         | ▼ -47%    | ▲ 7%  |
| LAKOTA   | ▲ 4%  | ▼ -8%     | ▲ 4%  | ▲ 14%          | ▲ 36%     | ▲ 56% | ▲ 11%          | ▲ 28%     | ▲ 85% | ▲ 3%          | ▼ -33%    | ▲ 8%  |
| TOTAL    | ▲ 0%  | ▼ -11%    | ▲ 1%  | ▲ 4%           | ▲ 17%     | ▲ 71% | ▲ 6%           | ▲ 16%     | ▲ 79% | ▼ -2%         | ▼ -37%    | ▲ 4%  |

| LOCALITE | CASH IN |           |        | CASH OUT |           |       |
|----------|---------|-----------|--------|----------|-----------|-------|
|          | MoM     | vs Target | YoY    | MoM      | vs Target | YoY   |
| DIVO     | ▲ 9%    | ▼ -13%    | ▼ -26% | ▲ 0%     | ▼ -10%    | ▲ 16% |
| GAGNOA   | ▲ 11%   | ▼ -12%    | ▼ -15% | ▲ 5%     | ▼ -8%     | ▲ 22% |
| TIASSALE | ▲ 5%    | ▼ -21%    | ▼ -8%  | ▼ -4%    | ▼ -15%    | ▲ 12% |
| GUEYO    | ▲ 23%   | ▼ -25%    | ▲ 3%   | ▲ 5%     | ▼ -27%    | ▲ 14% |
| GUITRY   | ▲ 7%    | ▼ -20%    | ▼ -24% | ▼ -1%    | ▼ -12%    | ▲ 35% |
| ISSIA    | ▲ 12%   | ▼ -27%    | ▼ -16% | ▲ 3%     | ▼ -20%    | ▲ 18% |
| LAKOTA   | ▲ 15%   | ▼ -6%     | ▼ -14% | ▲ 6%     | ▼ -6%     | ▲ 30% |
| TOTAL    | ▲ 11%   | ▼ -17%    | ▼ -17% | ▲ 2%     | ▼ -13%    | ▲ 20% |

## Sales au 23 Mai

| DISTRIBUTEUR       | MoM      | Month vs Target % |
|--------------------|----------|-------------------|
| SAGRIVEC           | ▼ -9,1%  | ▼ -6,4%           |
| KAIROS             | ▼ -6,8%  | ▼ -2,9%           |
| G. NOUR            | ▼ -10,9% | ▼ -9,4%           |
| ABIDJAN 1          | ▼ -9,1%  | ▼ -7,0%           |
| AGIMAS             | ▼ -8,1%  | ▼ -8,1%           |
| OMASCOM            | ▼ -7,0%  | ▼ -8,4%           |
| DISTEC             | ▼ -7,8%  | ▼ -5,1%           |
| OMASCOM MAR_TREICH | ▼ -3,2%  | ▲ 0,5%            |
| K2M                | ▼ -9,9%  | ▼ -3,7%           |
| ABIDJAN 2          | ▼ -7,9%  | ▼ -4,7%           |
| BDIS               | ▼ -7,3%  | ▼ -8,0%           |
| OSD                | ▼ -6,8%  | ▼ -9,5%           |
| HOOPE AFRICA       | ▼ -3,2%  | ▼ -11,0%          |
| UP COUNTRY 1       | ▼ -6,0%  | ▼ -9,3%           |
| 2SCOM              | ▼ -6,0%  | ▼ -6,8%           |
| DISTRICOM          | ▼ -9,3%  | ▼ -8,0%           |
| UP COUNTRY 2       | ▼ -7,8%  | ▼ -7,5%           |
| TOTAL SP           | ▼ -7,8%  | ▼ -7,2%           |

## Cash in au 23 Mai

| DISTRIBUTEUR       | MoM     | Month vs Target % |
|--------------------|---------|-------------------|
| SAGRIVEC           | ▲ 4,5%  | ▼ -9,8%           |
| KAIROS             | ▲ 6,7%  | ▼ -0,9%           |
| G. NOUR            | ▲ 3,5%  | ▼ -4,5%           |
| ABIDJAN 1          | ▲ 4,9%  | ▼ -4,3%           |
| AGIMAS             | ▲ 6,8%  | ▲ 1,6%            |
| OMASCOM            | ▲ 7,7%  | ▼ -2,6%           |
| DISTEC             | ▲ 9,4%  | ▼ -11,3%          |
| OMASCOM MAR_TREICH | ▼ -0,7% | ▼ -3,7%           |
| K2M                | ▲ 7,7%  | ▼ -2,0%           |
| ABIDJAN 2          | ▲ 6,4%  | ▼ -3,7%           |
| BDIS               | ▲ 1,0%  | ▲ 10,5%           |
| OSD                | ▲ 7,0%  | ▼ -2,8%           |
| HOOPE AFRICA       | ▲ 10,2% | ▼ -15,9%          |
| UP COUNTRY 1       | ▲ 5,4%  | ▼ -2,5%           |
| 2SCOM              | ▲ 0,3%  | ▼ -8,4%           |
| DISTRICOM          | ▼ -2,5% | ▼ -1,4%           |
| UP COUNTRY 2       | ▼ -1,1% | ▼ -5,1%           |
| TOTAL SP           | ▲ 3,9%  | ▼ -4,1%           |

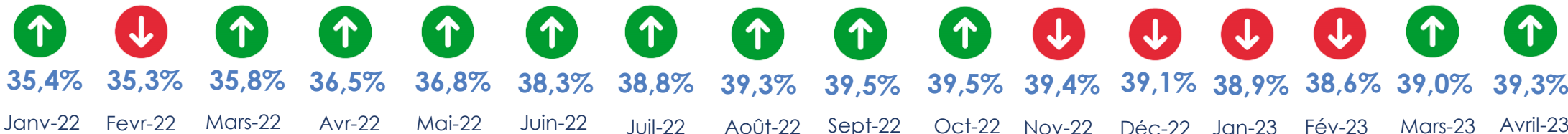
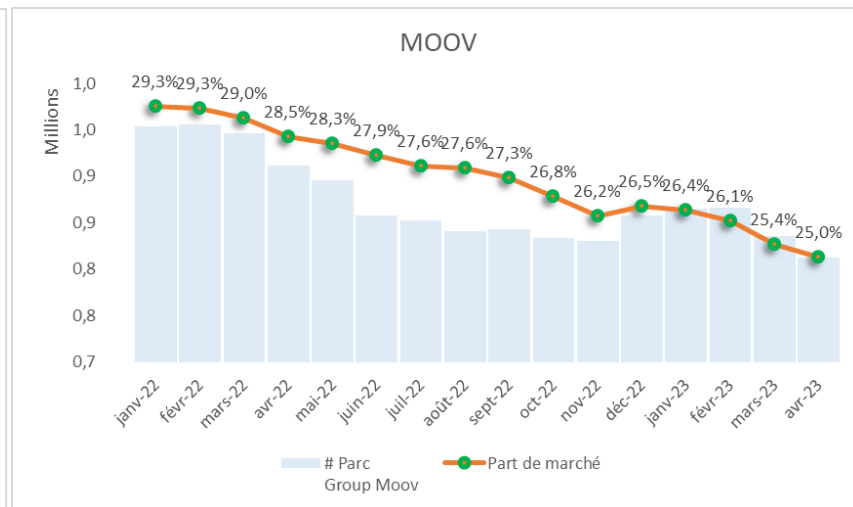
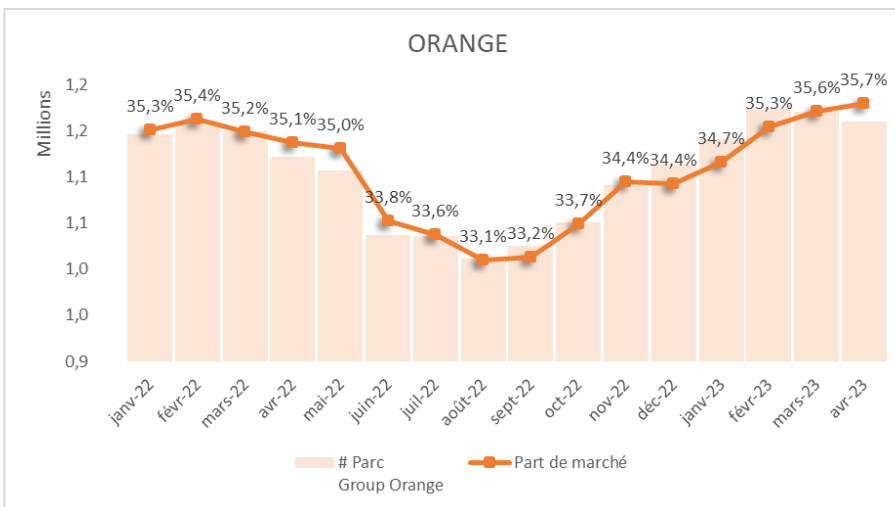
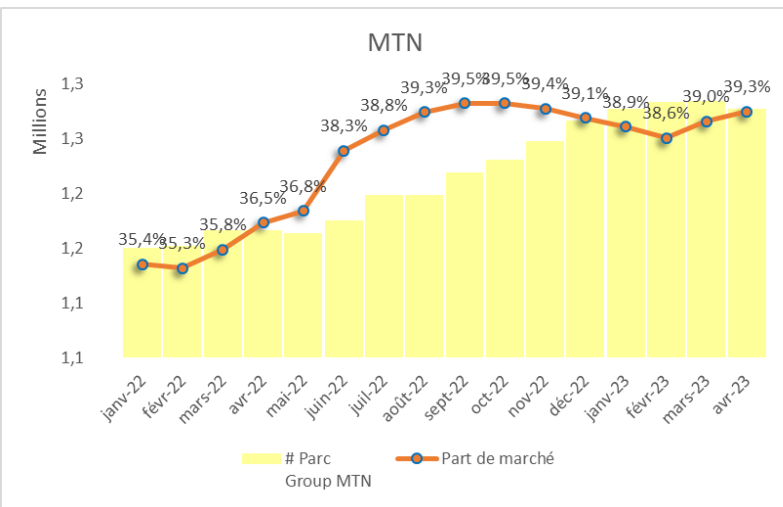
La quasi-totalité des partenaires s'inscrit dans cette baisse sur les indicateurs clés présentés :

Sales = Seulement un (01) SP qui a pu atteindre son Objectif.

Cash in =

Vs Avril, HOOPE enregistre la meilleure progression.  
Vs Target, HOOPE enregistre la baisse la plus élevée.

# Part de marché



| % Part de Marché |        |      |
|------------------|--------|------|
| MTN CI           | ORANGE | MOOV |
| 39,3             | 35,7   | 25,0 |

Le déploiement des actions vans, Les actions d'animations et de remobilisations des ressources ont permis de rehausser notre niveau de performances.

On note donc **une hausse continue** des abonnés depuis le mois de Mars 2023.

**NB : MTN CI demeure leader en Part de marché dans notre Zone.**

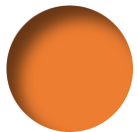
Pts Gagnés **+3,6** **+14,3**



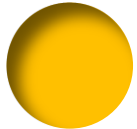
## Légende



Taux de réalisation prévisionnelle des objectifs Trimestriels Q2-23



La commission à percevoir sur uniquement l'indicateur Sales selon les Réalisés mensuels.



La Ristourne Trimestrielle prévisionnelle à percevoir à Fin Juin-23 **si nous restons sur notre tendance actuelle de Mai-23**

**NB:** L'amélioration des commissions ou ristournes est conditionnée par le niveau de réalisation des Objectifs selon la Lettre du trimestre. Nous devons toujours se donner les moyens d'atteindre un taux de réalisation des Objectifs à 100% sur tous les indicateurs réalisables.

| KPI                | TRO Q2-23 | Commission Mois Avril-23 | Commission Mois Mai-23 | Ristourne Trimestrielle prévisionnelle | TOTAL              |
|--------------------|-----------|--------------------------|------------------------|----------------------------------------|--------------------|
| Sales              | 93,1%     | 22 011 937               | 12 823 461             | 19 213 747                             | 54 049 145         |
| Cash In            | 81,6%     |                          |                        | 6 747 214                              | 6 747 214          |
| Cash Out           | 87,1%     |                          |                        | 11 425 458                             | 11 425 458         |
| GA Consumer        | 114,4%    |                          |                        | 20 340 479                             | 20 340 479         |
| GA MoMo            | 111,1%    |                          |                        | 5 811 565                              | 5 811 565          |
| Self Recharge      | 63,9%     |                          |                        | 1 897 654                              | 1 897 654          |
| Telesales          | 86,2%     |                          |                        | 1 904 243                              | 1 904 243          |
| Ayoba              | 6,9%      |                          |                        | 0                                      | 0                  |
| Enlèvement EBU     | 32,2%     |                          |                        | 0                                      | 0                  |
| Gross addition EBU | 21,7%     |                          |                        | 0                                      | 0                  |
| Convergence ADU    | 36,1%     |                          |                        | 0                                      | 0                  |
| <b>TOTAL</b>       |           | <b>22 011 937</b>        | <b>12 823 461</b>      | <b>67 340 360</b>                      | <b>102 175 758</b> |



| PROBLÉMATIQUE                                                             | DESCRIPTION                                                                                                                                                       | ACTIONS                                                                                                                | LEAD                             | DEADLINE                  | EVALUATION AU 18/04/23                                                            |
|---------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|---------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| Augmentation du Working capital                                           | Accroître le niveau de stock de sécurité et rendre fluide la gestion par l'ADV à la fin du crédit Revolving au 31/03/23                                           | Rehausser le niveau de Stock et fluidifier la gestion par les équipes opérationnelles : 100 M                          | M. Padonou                       | 30/06/2023                | En attente de la lettre de garantie de ORABANK                                    |
| Mobilité des CM                                                           | Immobilisation trop longue des engins trop souvent en panne et manque de motos qui met à mal la productivité de la Force de Vente                                 | Achat de 50 Motos en urgence : 30 pour les Commerciaux sans Motos et Remplacement de 20 Motos vétustes et amorties     | PDG HOOPE-CI/SM                  | 30/0462023                | 20 motos livrées sur 50                                                           |
| Réseau Propre du SP non étendu : Shops non opérationnel                   | _Les shops sont des points relais et des points de Vente propres du SP.<br>_Des Shops ont été acquis mais ne sont pas opérationnels, ce sont des centres de couts | Procéder aux travaux et ouvertures des shops de :<br>_Gagnoa<br>_N'douci<br>_Saïoua<br>_Ouragahio                      | M. Padonou / M. Doumbia          | 30/06/2023                | Aménagement des shops OK.<br>En attente des mobiliers et ressources               |
| Développement du Footprint                                                | Accroître le Footprint des zones cciales et mieux rendre disponible le Float et espèces                                                                           | Recruter de nouveaux PDV afin de parer les éventuelles absences ou inactivités de POS et MH de chaque zone             | DC-INSPECTEUR                    | 01/04/2023                | Campagne en cours et en attente des données                                       |
| Absence de Challenge pour la Force de Vente                               | Inciter les commerciaux et superviseurs à accroître le CA de leurs zones respectives                                                                              | Finaliser et proposer le challenge de la Force de Vente                                                                | DC                               | du 01 Avril au 31/12/2023 | OK Début du challenge depuis le 01 Avril 23                                       |
| Production et Distribution Badges PMD                                     | Les PMDs ne sont pas tous dotés de badge ce qui est un risque pour MTN et Hoope, Contrôle inopiné ou planifié du régulateur(ARTCI)                                | Produire les Badges pour l'ensemble de la Force d'activation                                                           | DG                               | Immédiat                  | Tous les badges transmis                                                          |
| Ouverture du Conteneur de Hermankono                                      | Point non ouvert pour défaut de paiement des frais d'affectation des équipes déjà recrutées                                                                       | Payer les primes d'affectation des équipes et procéder à leur déploiement pour l'ouverture du conteneur à la clientèle | M. Doumbia                       | Immédiat                  | Ouverture au public en attendant l'ouverture officielle.<br>En attente du Budget. |
| Production uniformes Ressources Points service (PC-Conteneurs & Kiosques) | Non Respect du Dress Code                                                                                                                                         | Payer le Fournisseur et fournir les uniformes des ressources                                                           | M. Doumbia                       | Immédiat                  | OK                                                                                |
| Déploiement des Nouveaux sites 2023                                       | Information non partagées à Hoope                                                                                                                                 | Partage des fichiers Rool Out et rural Coverage 2023 au SP et Team                                                     | SM-RM                            | Immédiat                  | NOK en attente du fichier du SM                                                   |
| Augmentation Dotation Kiosques Villes de Base                             | Perte d'opportunités en CICO                                                                                                                                      | _Augmenter les dotations des Kiosques des villes de base selon les problématiques<br>_Analyser les cas exceptionnels   | DG/DSC/Sperviseurs Coordo Bright | Immédiat                  | OK. De 250 à 350                                                                  |



# Merci

©HOOPE CI 2022