

# CLICK & COLLECT, DRIVE ET CASIERS

Comment réussir l'union parfaite entre web et magasin

- Les comportements d'achat face au click & collect : quelles perspectives pour l'avenir
- Refonte des sites Internet, élargissement progressif de l'offre, retrait gratuit en magasin... : comment prendre le virage du digital
- Collaborer avec les enseignes dans le cadre d'un nouveau référencement drive
- Livraison des courses à domicile : quel avenir pour ce modèle

■■■ AVEC LA PARTICIPATION EXCEPTIONNELLE DE ■■■



**Christophe DUHAMEL**  
Co-Fondateur  
et Directeur du site  
MARMITON



**Olivier GODART**  
Directeur E-commerce  
DARTY



**Olivier JAUPART**  
Directeur Commercial et  
E-commerce Drive  
AUCHAN DRIVE FRANCE



**Pierre MAERTENS**  
Responsable E-commerce  
et Drive  
INTERMARCHÉ

■■■ ET NOTAMMENT LES INTERVENTIONS DE ■■■

- AU BOUT DU CHAMP • FAUCHON • GROUPE NESTLÉ • HENKEL FRANCE • IKEA FRANCE •  
KANTAR WORLDPANEL • NIELSEN • UNIBAIL-RODAMCO

Avec le soutien de

Formation complémentaire

Mercredi 18 Novembre 2015

**CONSTRUIRE VOTRE STRATÉGIE DRIVE**

Comprendre les spécificités du circuit et adapter vos leviers  
pour développer des positions rentables

L'utilisation de services online est désormais ancrée dans le quotidien des français : **68% des consommateurs** ont eu recours à la livraison en point de vente entre 2014 et 2015, supplantant la livraison à domicile. Au premier trimestre 2015, **1,2 drive ouvrait chaque jour dans l'hexagone\***. Quant aux casiers automatiques de livraisons de commande e-commerce, le déploiement est en pleine croissance en France aussi bien en distribution alimentaire que spécialisée.

Face à l'utilisation grandissante de ces canaux, les attentes clients ne cessent d'augmenter et les enseignes doivent s'adapter pour répondre à des impératifs de plus en plus complexes en termes d'exécution de commandes.

Dans ce contexte, LSA organise le 17 novembre prochain à Paris, la 4<sup>e</sup> édition de sa conférence annuelle dédiée aux Click & Collect, Drive et Casiers. Nous aurons le plaisir d'accueillir des **retailers, marques et experts de haut niveau** pour répondre aux questions suivantes :

- Les comportements d'achat face au click & collect : quelles perspectives pour l'avenir
- Quels facteurs clés de succès pour lancer un service click & collect en 2015
- Comment faire référencer une nouvelle marque dans l'assortiment drive : la collaboration avec les enseignes

En complément, nous vous invitons à une formation le mercredi 18 novembre animée par l'IMPP, pour vous permettre de construire votre stratégie drive, comprendre les spécificités du circuit et développer des positions rentables.

En me réjouissant de vous accueillir,

**Sylvia BRIGAUD**  
Chargée de Conférences LSA

*\*Source : étude Nielsen/Fevad*



Depuis 1958, LSA anime le marché de la grande consommation avec un hebdomadaire diffusé à plus de 20 000 exemplaires autour duquel se sont développés de nombreux services d'information et de mise en relation. Il accompagne les acteurs de la grande consommation et les aide à décrypter l'actualité, pour améliorer leurs performances, adapter leurs pratiques et produits aux évolutions du marché.

Marque médias de référence pour tous les cadres et décideurs de la grande consommation en France, LSA a développé une expertise pointue et se distingue par son approche innovante et proactive.

Les rencontres LSA se déclinent sous plusieurs formats :

- Des événements annuels sous forme de conférences, congrès et trophées
- Des formations pratiques et méthodologiques, clubs et matinées débats

UNE PUBLICATION DU GROUPE

**INFOPRO**  
digital

# CLICK & COLLECT, DRIVE ET CASIERS

## Comment réussir l'union parfaite entre web et magasin

### AVEC LES INTERVENTIONS DE :

<b>Julien ADAM</b>	Co-Fondateur <b>AU BOUT DU CHAMP</b>
<b>Stéphane CRÉMEL</b>	Directeur Réseau <b>UNIBAIL-RODAMCO</b>
<b>Daniel DUCROCQ</b>	Directeur Activation Forces de Vente <b>NIELSEN</b>
<b>Christophe DUHAMEL</b>	Co-Fondateur et Directeur du site <b>MARMITON</b>
<b>Olivier GODART</b>	Directeur E-commerce <b>DARTY</b>
<b>Martine GRAZIOSO</b>	Directrice Développement Commercial et E-commerce <b>GROUPE NESTLÉ</b>
<b>Olivier JAUPART</b>	Directeur Commercial et E-commerce Drive <b>AUCHAN DRIVE FRANCE</b>
<b>Gaëlle LE FLOCH</b>	Strategic Insight Director <b>KANTAR WORLDPANEL</b>
<b>Pierre MAERTENS</b>	Responsable E-commerce et Drive <b>INTERMARCHÉ</b>
<b>Bertrand SABAT</b>	Directeur Opérationnel des Services <b>IKEA FRANCE</b>
<b>Jean-Baptiste SANTOUL</b>	Directeur Général Laundry & Home Care <b>HENKEL FRANCE</b>
<b>Jules TRECCO</b>	Directeur Digital & Communication Externe   CDO <b>FAUCHON</b>

### VOUS ÊTES CONCERNÉS :

#### • Distributeurs, industriels de grands groupes et PME •

- Directeurs généraux et directeurs adjoints • Directeurs et responsables drive • Directeurs et responsables e-commerce • Directeurs et responsables commerciaux • Directeurs et responsables des ventes • Responsables enseignes et grands comptes • Directeurs et responsables category management • Directeurs et responsables achats • Directeurs et responsables marketing • Directeurs et responsables trade-marketing • Directeurs et responsables merchandising • Directeurs MDD • Chefs de groupe • Directeurs de magasins •...

Journée animée par la Rédaction de LSA

8h30 Accueil des participants

9h00 **ALLOCATION D'OUVERTURE - Le drive comme moteur d'une stratégie e-commerce**  
Élaboration de l'offre, mise en œuvre de l'animation commerciale, optimisation des performances commerciales, pilotage des partenariats industriels... : les chantiers menés par l'enseigne Auchan  
Olivier JAUPART | Directeur Commercial et E-commerce Drive | **AUCHAN DRIVE FRANCE**

9h30 **Les comportements d'achat face au drive : quelles perspectives pour l'avenir**

- Panorama du e-commerce dans le monde et la place particulière du drive en France
- Le portrait du shopper a-t-il évolué depuis l'arrivée du drive en France
- Analyse de la performance du circuit en fonction des catégories, marques nationales ou MDD et du type de drive
- Quels leviers pour gagner en attractivité et poursuivre le recrutement
- Qualité de service, ergonomie du site, travail de l'assortiment, prix... : quelles recommandations pour fidéliser la clientèle drive

Gaëlle LE FLOCH | Strategic Insight Director | **KANTAR WORLDPANEL**

9h50 **Panorama chiffré des circuits drive et casiers en France en 2015**

- Rythme des ouvertures, part dans la croissance du chiffre d'affaires des PGC/FLS, taille du panier moyen... : le bilan 2015 et perspectives d'ici à 2020
- Stratégie offensive ou défensive : retour sur les enjeux des enseignes dans le cadre d'un modèle drive mature

Daniel DUCROCQ | Directeur Activation Forces de Vente | **NIELSEN**

10h10 Pause

10h40 **TABLE RONDE - Quels facteurs clés de succès pour lancer un service click & collect en 2015**

- Les clés pour délivrer une expérience client multicanal optimale
- Meilleure gestion du stock, réduction des risques d'attrition, augmentation de la fréquentation en magasin... : quels bénéfices business retenir
- Cannibalisation du web et du magasin : quels impacts de l'ouverture du click & collect sur un point de vente traditionnel
- Comment gérer la fuite du client d'un canal à l'autre
- Faut-il remettre en question la livraison à domicile ou en Point Relais

Bertrand SABAT | Directeur Opérationnel des Services | **IKEA FRANCE**

Jules TRECCO | Directeur Digital & Communication Externe | **FAUCHON**

11h25 **DÉBAT - Phénomène « click to buy » : comment révolutionner le service de click & collect et créer votre propre service marchand**

- Mettre en avant une innovation produit, transformer la communication en service marchand, apporter du trafic sur le site distributeur : quelles opportunités du click to buy
- Participer au parcours d'achat shopper multi-connecté
- Quel impact du bouton d'action « Achetez maintenant » : retours d'expérience de Nestlé et Marmiton sur leurs opérations « click to buy » et 1<sup>ers</sup> résultats

Christophe DUHAMEL | Co-Fondateur et Directeur du site | **MARMITON**

Martine GRAZIOSO | Directrice Développement Commercial et E-commerce | **GROUPE NESTLÉ**

12h05 **Atelier Innovation Partenaire**  
*En attente de confirmation*

12h35 Déjeuner

14h00 **Comment faire référencer une nouvelle marque dans l'assortiment drive : la collaboration avec les enseignes**

- Quelle contribution des produits à petits volumes dans la performance de l'assortiment drive
- Comprendre les besoins et attentes de l'e-shopper
- Les clés pour booster les ventes via les offres groupées, un plan promo spécifique et un e-merchandising performant
- Comment travailler efficacement avec les enseignes sur la complémentarité de l'offre entre magasin et web
- Retour d'expérience d'Henkel sur le travail effectué autour de la marque Eau Ecarlate

Jean-Baptiste SANTOUL | Directeur Général Laundry & Home Care | **HENKEL FRANCE**

14h30 **Face à l'essor du click & collect et à la concurrence de l'e-commerce, les centres commerciaux innovent !**

- Point de retrait des achats en ligne, mise à disposition de cabines d'essayage, conseils de « personal shoppers » et autres services inédits : comment faire venir et retenir les clients en point de vente
- Répondre à la principale problématique des e-commerçants : la livraison dans les zones très urbaines
- Nouvel espace « Click & Services » : premiers enseignements de l'expérimentation menée par le centre commercial Les Quatre Temps à Paris-la-Défense

Stéphane CRÉMEL | Directeur Réseau | **UNIBAIL-RODAMCO**

15h00 **TABLE RONDE - Casiers de retrait en centre-ville : capturer une clientèle de citoyens dans les zones urbaines à fort trafic piétons**

- Rapidité, souplesse, autonomie dans les achats... : répondre à la demande croissante des e-consommateurs en termes de solutions de retrait
- Comment capitaliser sur la visite lors d'un retrait en casier et réaliser des ventes complémentaires
- Tirer parti des multilivraisons en un seul point
- 1<sup>ers</sup> retours sur les initiatives des distributeurs en 2014/2015

Julien ADAM | Co-Fondateur | **AU BOUT DU CHAMP**

Olivier GODART | Directeur E-commerce | **DARTY**

15h45 **ALLOCATION DE CLÔTURE - TÉMOIGNAGE D'UN CHAMPION DU DRIVE !**

Ouverture du 1 000<sup>e</sup> drive Intermarché : retour d'expérience sur la performance de ce format stratégique pour l'enseigne  
Pierre MAERTENS | Responsable E-commerce et Drive | **INTERMARCHÉ**

16h15 Fin de la journée

### 16H45 TROPHÉES LSA DU CROSS-CANAL 2015



DU CROSS-CANAL

En partenariat avec :



#### Catégories

- Opération web-to-store
- Opération store-to-web
- Service in store
- Opération réseaux sociaux
- Application mobile shopping
- Campagne publicitaire offre cross-canal
- Le coup de cœur du jury 2015

#### Prix spéciaux

- Entreprise cross-canal de l'année 2015
- Personnalité cross-canal de l'année 2015
- 5 prix drive seront décernés d'après une enquête réalisée auprès d'un panel d'acheteurs drive

**COCKTAIL DE CLÔTURE**

Retrouvez le programme détaillé de cet événement et inscrivez-vous sur : <http://evenements.infopro-digital.com/lisa/>

**Mercredi 18 Novembre 2015**

## **CONSTRUIRE VOTRE STRATÉGIE DRIVE**

**Comprendre les spécificités du circuit et adapter vos leviers pour développer des positions rentables**

### **Objectifs de la formation :**

- ✓ Diagnostiquer la performance du drive sur vos catégories
- ✓ Développer une stratégie Drive pertinente pour vos marques
- ✓ Savoir engager vos clients vers le Drive
- ✓ Mesurer vos résultats

### **Formation animée par :**



Jean-Marc DRUBAY  
Consultant Associé  
IMPP

### **Programme :**

- **Comprendre les spécificités du Drive**  
Le point sur sa maturité de développement  
Quelle place dans la stratégie des enseignes  
Les raisons de venue des Shoppers  
Identifier les contraintes techniques et physiques du management de l'offre  
Analyser les spécificités du parcours d'achat sur internet  
Positionner le drive dans le mix circuit des Shoppers  
Saisir les opportunités et menaces du drive pour les industriels et distributeurs
- **Mener votre diagnostic Drive : les 15 questions clés**  
Identifier les sources de données  
Mesurer le potentiel de votre catégorie et sa performance  
Auditer les positions concurrentielles de vos marques  
Hiérarchiser les leviers d'action à votre disposition
- **Du diagnostic à la mise en place de la stratégie**  
Positionner vos marques sur les mappings stratégiques du drive  
Déterminer vos priorités, stratégies et leviers  
Mettre en place les outils de mesure de la performance  
Engager vos clients à l'action

### **Horaires :**

8h30 : accueil des participants / 9h00 : début de la journée  
12h30 : déjeuner avec l'ensemble des participants  
17h00 : fin de la journée

**LES RENCONTRES**



### **Nos prochaines conférences**

<http://evenements.infopro.fr/lisa/conferences/>

#### **CONGRÈS DE LA FRANCHISE ET DES RÉSEAUX**

**Les âges de la franchise : quelles best practices pour bâtir, développer et perdurer**

4 novembre 2015, Paris

#### **NOUVELLE DISTRIBUTION**

**Actionner les relais de croissance de la distribution de demain**

2 décembre 2015, Paris

#### **CONGRÈS DE L'INTELLIGENCE CLIENTS**

**Exploitez vos données clients pour booster vos performances marketing et commerciales**

3 décembre 2015, Paris

#### **1<sup>er</sup> FORUM DE LA PROXIMITÉ**

**Saisir les nouvelles opportunités de croissance de la proximité et des centres-villes**

10 décembre 2015, Paris



### **Nos prochaines formations**

<http://evenements.infopro.fr/lisa/formations/>

#### **EXPÉRIENCE CLIENT EN MAGASIN**

**Repositionner vos points de vente dans l'expérience globale de votre enseigne et susciter l'achat omnicanal**

24 novembre 2015, Paris

#### **DIGITAL TO STORE**

**Générer du trafic en points de vente via le Web et le Mobile**

25 novembre 2015, Paris

#### **ADOPTER UNE DÉMARCHE E-MERCHANDISING**

**Optimiser la navigation et l'expérience client sur son site internet**

1<sup>er</sup> décembre 2015, Paris

### **Nous contacter**

Vous avez une question relative à l'un de nos évènements ? Notre service clients vous apportera une réponse dans les plus brefs délais concernant le programme, le suivi de votre inscription et les modalités.

**Elvire ROULET**

**[eroulet@infopro-digital.com](mailto:eroulet@infopro-digital.com)**

**Tél. : (+ 33) 01 77 92 93 36**

## ■ ■ ■ Conférence

**Mardi 17 novembre 2015**

PAVILLON KLÉBER

7 rue Cimara

75116 PARIS

Métro : Boissière (ligne n°6)

Parking public : Kléber Longchamp,

65 avenue Kléber 75116 PARIS

## ■ ■ ■ Formation

**Mercredi 18 novembre 2015**

La formation se tiendra à Paris.

Le lieu exact de la formation vous sera précisé sur votre convocation envoyée avant le stage

**Consultez les informations relatives à l'hébergement et à l'accès sur notre site internet :**

**<http://evenements.infopro-digital.com/lisa/conference-drive-2015-1455>**

Onglet informations et tarifs

InfoPro Digital est un groupe leader d'information et de services professionnels en France. Nous couvrons cinq univers clés de l'économie : l'automobile, l'industrie, l'assurance et la finance, la distribution, le tourisme et tourisme d'affaires.

InfoPro Digital propose aux acteurs de ces univers une gamme complète de médias et de services : logiciels, bases de données, services en ligne, magazines, salons, formations, conférences...

Ces outils leur permettent de communiquer, de surveiller leur environnement, d'améliorer leur activité et de progresser dans le cadre de leur métier.

Avec le soutien de



## VOUS FORMER avec LSA ?

Toutes les formations sur <http://evenements.infopro-digital.com/lisa/formations/>

### Conditions générales de vente

Les conférences et formations des Rencontres de LSA sont organisées par la société GISI.

GISI est un organisme de formation déclaré sous le numéro d'activité 11 92 17343 92 auprès du préfet de région d'Ile de France. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat et ce en vertu de l'article L.6352-12 du code du travail.

Tarifs valables jusqu'à la date des événements. TVA : 20 %. Les informations à caractère personnel recueillies ci-dessus par la société Groupe Industrie Services Info (GISI) Société par actions simplifiée au capital de 38 628 352 euros. Siège social : 10, place du Général de gaulle - 92160 ANTONY immatriculée au R.C.S.NANTERRE sous le n°442 233 417 font l'objet d'un traitement informatique.

Elles sont nécessaires à notre société pour traiter votre commande, et sont enregistrées dans notre fichier de clients. GISI pourra vous envoyer des communications relatives à nos activités. Conformément à la loi Informatique et Libertés du 6 août 2004 (art. 34 et s.) vous disposez d'un droit d'accès, de rectification, de modification et de suppression sur l'ensemble des données qui vous concernent.

Pour exercer ces droits, vous pouvez écrire à : [cnil@gisi.fr](mailto:cnil@gisi.fr)

Retrouvez l'intégralité des modalités d'inscription et conditions générales de vente sur <http://evenements.infopro-digital.com/lisa/cgv>

# Bulletin d'Inscription

À retourner à Pénélope Vincent / LSA - Fax : +33 (0)1 77 92 98 17  
Antony Parc II - 10, place du Général de Gaulle  
BP 20156 - 92186 Antony Cedex

Mme  M.

Nom : .....

Prénom : .....

Fonction : .....

Tél. : ..... Port. : .....

E-mail : .....@.....

Société : .....

Adresse : .....

Code postal : ..... Ville : .....

Cedex : ..... Pays : .....

N° TVA intracommunautaire : .....

N° Commande interne : .....

N° de Siren : .....

Organisme payeur et adresse de facturation (si différents) :

.....

.....

## Je m'inscris et je choisis :

- La conférence DRIVE, CLICK & COLLECT, CASIERS du 17 novembre 2015
- La formation CONSTRUIRE VOTRE STRATÉGIE DRIVE du 18 novembre 2015

Tarif Normal	
<input type="checkbox"/> 1 Jour 1 095 € HT / 1 314 € TTC	<input type="checkbox"/> 2 Jours 1 790 € HT / 2 148 € TTC

Tarif PME (effectif groupe < 250 salariés et hors prestataires de services)	
<input type="checkbox"/> 1 Jour 845 € HT / 1 014 € TTC	<input type="checkbox"/> 2 Jours 1 445 € HT / 1 734 € TTC

Inscrivez-vous à plusieurs et bénéficiez de nos tarifs dégressifs :  
<http://evenements.infopro-digital.com/lisa/>

- Je joins un chèque de ..... € TTC à l'ordre de GISI
- J'enverrai mon paiement à réception de la facture
- J'accepte de recevoir des offres adressées par LSA ou ses partenaires
- Je reconnais avoir pris connaissance des Conditions Générales de Vente qui sont accessibles à l'adresse : <http://evenements.infopro-digital.com/lisa/cgv> et les accepte sans réserve

Fait à : .....

Le : .....

Signature

<b>Cachet de l'entreprise</b>
-------------------------------