

# DRIVE PIÉTON

La réussite d'un phénomène en plein essor

01/07/2020 - WEB CONFÉRENCE LIVE ET REPLAY

## Pourquoi participer à cet événement

- Un partage de best practices et de retours d'expériences des pionniers du marché
- Une matinée rythmée par un contenu fort et des plages de networking favorisant les échanges informels pour une expérience exceptionnelle
- Des speakers de haute volée qui vous partageront leur stratégie, leurs perspectives et leur vision lors de conférences uniques et inspirantes pour faire face à ce nouveau mode de consommation

## Avec la présence exceptionnelle de

- **BERQUET Manuel**  
Directeur Digital Commerce Europe  
COCA-COLA COMPANY
- **CHARDON Chloé**  
Responsable E-commerce et Digital  
FINDUS
- **LALLIÉ Damien**  
Directeur Digital  
PANZANI
- **POCHER Thomas**  
Adhérent du mouvement  
E.LECLERC
- **RICOU Mathieu**  
Directeur opérationnel région Île de France

Jérôme PARIGI, Rédacteur en chef adjoint LSA

### ALLOCUTION D'OUVERTURE Drive

## Piéton : les dispositifs performants et innovants mis en place

- Quels sont les enjeux d'une expansion aussi rapide.
- Comment le Drive Piéton a su s'adapter et devenir une solution clé au moment de la crise.
- Forte affluence des demandes, quels sont les dispositifs pour garantir l'approvisionnement et la sécurité de ses employés
- Méthode Test & Learn : comment identifier les modes de fonctionnement selon les résultats obtenus

## TENDANCES : Bien comprendre les attentes des consommateurs après la crise, pour bien investir en Drive Piéton

- Profil type des nouveaux consommateurs

## Qui participe à cet événement

- Directeurs et Responsables Drive, Enseignes, Magasins, E-commerce, Commerciaux, Développement des ventes et des achats, Category management, Marketing, Trade-marketing, Merchandising et MDD...
- Dans les secteurs de la Distribution, de l'Industrie : agro-alimentaire, produits d'entretien, cosmétique, (grands groupes et PME)

## Tarifs

- Tarif général \_\_\_\_\_ 390,00 €HT

■ Fidélité à une enseigne ou achats multi-enseignes : comment le shopper urbain s'est-il comporté durant cette crise ? Comment gérer le taux de déperdition et/ou la désaffection ?

■ Les complémentarités selon les magasins fréquentés : quels canaux privilégier ? (communication, marketing...)

---

### TÉMOIGNAGE Allier flexibilité et praticité dans l'expérience d'achat

■ Service aux shoppers avec la solution casiers réfrigérés : accéder à ses achats sans contraintes horaires

## Pause

---

### TÉMOIGNAGE Logistique, transports, services... retour sur les facteurs clés du succès du Drive Piéton

■ Retour sur la création du drive piéton, et la nécessité de maîtriser l'entrepôt de préparation

■ Logistique multi-sites, flotte multi-formats, innovations technologiques... : adopter les bons choix logistiques et organisationnels pour anticiper le défi des volumes et la gestion de crise

■ Conciergerie, relais colis, restauration, offre complémentaire... : quels services pour créer la différence

■ Certaines catégories se révèlent pendant la crise (frais trad., fruits légumes) : comment d'un point de vue opérationnel les gérer

## **comment appréhender ce nouveau format, saisir les opportunités de croissance et savoir gérer une crise avec ses approvisionnements**

- Offres, marketing, forces de vente... : comment accompagner les distributeurs dans le développement du Drive Piéton et ses dérivés
- Faire face à une pandémie : comment s'adapter rapidement à ce nouveau format et gérer les approvisionnements tout en s'assurant de la satisfaction client
- Quels partenariats marketing et commerciaux mis en place durant la crise pour conquérir de nouveaux espaces de visibilité

---

## **PERFORMANCES : résultats et potentiels des drives piétons**

- La proximité à l'aune du confinement
- Expansion et accessibilité des drives piétons pour les foyers français
- Performances des drives piétons et perspectives