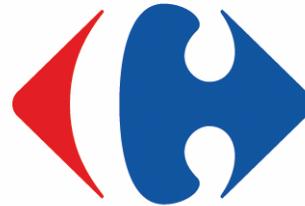


# Carrefour

Le Drive Super

**Carrefour**  
*drive*



 [carrefour.fr](http://carrefour.fr)



CE NORD 20 OCTOBRE 2011

# Sommaire

- Motivation du projet
- Circuit client d'une commande drive
- Organisation du Drive Super
- Calendrier prévisionnel



# Motivation du projet :

Le drive Super est un concept qui permet de **faire ses courses sur internet** et de venir **les chercher en voiture, directement dans son magasin Carrefour Market**

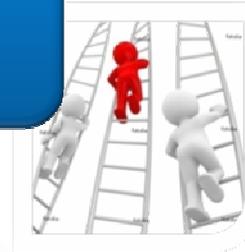
Pas besoin de sortir de son véhicule,  
**les courses sont directement chargées dans le coffre !**

Facilité, Praticité et Gain de temps sont au rendez-vous.



# Motivation du projet :

Faire face à la concurrence



Développer la part de marché Carrefour Market



Répondre aux nouvelles attentes des clients



S'appuyer sur le parc de magasins Carrefour Market et proposer la solution Carrefour

« Drive »

# Motivation du projet :

## a- Répondre aux nouvelles attentes des clients



### *Le consommateur-type d'un Drive?*

**Celui qui commande n'est pas forcément celui qui va retirer les courses (« la mère commande et le père retire »)**

#### **Profil de celui qui commande :**

- ✓ Mères de Familles, Femmes enceintes, parfois des personnes handicapées
- ✓ Utilisateur d'internet
- ✓ Client pressé: veut gagner du temps sur les courses et plus profiter de ses loisirs (cible: urbain/ semi-urbain)
- ✓ Client qui veut les mêmes prix et offre qu'en magasin

# Motivation du projet :

## b- Faire face à la concurrence

### Quelques chiffres

▣ Marché du e-commerce alimentaire en France:	350 millions €
▣ % foyers intéressés par une offre alimentaire en ligne:	27%
▣ Estimation de la part de marché du On line/ Drive d'ici 2015:	de 1% à 4.5%
▣ Marché estimé des drives en 2010:	550 millions €

### Une concurrence très présente sur ce canal.....

Livraison à domicile  
(à partir de magasins ou d'entrepôts)



Drive et retrait magasin



### Et qui a accéléré son déploiement sur 2010:

- 31 AuchanDrive à Fin 10 + 11 nouveaux déjà en travaux sur 2011
- 29 ChronoDrive à Fin 10 + 9 nouveaux déjà planifiés sur 2011
- 78 LeclercDrive à Fin 10 + 5 nouveaux déjà en travaux sur 2011
- etc...

# Motivation du projet :

## c- Développer notre part de marché



### ***Augmenter le taux de nourriture client***

Le panier moyen d'un client Drive est 2x à 3x supérieur à celui d'un Super : 80 € à 120 € de panier moyen

En cumulant des achats Drive et Super, un client Drive consomme au minimum autant et le plus souvent 20% de plus qu'un client du magasin.

# En tant que client, quels sont les avantages d'utiliser le Drive?

## Simplicité

« J'accède au site de mon magasin sur Carrefour.fr, 24h/24, 7j/7 »

## Liberté

« Je choisis mon créneau horaire de retrait selon mes envies »

## Rapidité

« En quelques clics je fais mes courses! »

## Bon plan

« Les prix des produits on line sont les mêmes qu'en magasin , il n'y pas de montant minimum pour passer commande »

## Facilité

« Je paye directement en ligne, en toute sécurité »

# Sommaire

- Motivation du projet
- Circuit client d'une commande drive
- Organisation du Drive Super
- Calendrier prévisionnel



# Circuit client d'une commande passée au drive

1



1. Je fais mes courses sur [carrefour.fr](http://carrefour.fr)
2. Je choisis mon magasin & mon créneau de retrait aux heures proposées par créneau de 2H
3. Je paie ma commande en ligne

2



1. Ma commande est préparée directement en magasin
2. Ma commande est stockée dans la réserve Drive

3



1. Je passe à l'espace drive récupérer ma commande, selon le créneau choisi
2. Mes achats sont chargés dans mon coffre

4



1. Le CA généré par l'activité drive est directement affecté au magasin et aux rayons

# Je passe commande sur le net

The screenshot displays the Carrefour website's online shopping interface. At the top left is the Carrefour logo with the tagline "du positif chaque jour". To the right are navigation links for "Mon compte", "Aide", and "Contact". Below the logo is a search bar containing "ex: Chocolat" and a "Chercher" button. Next to it is a "Panier express" button and a "Retrait Drive" icon. On the far right, a date and time indicator shows "Vendredi 29 juil. A partir de 10h00" with a link to "Voir les créneaux".

Below the search bar, the current location is identified as "Carrefour Market de Bourg-la-Reine" with a "Modifier" link. A section titled "Vos courses en ligne" is followed by a "TOUS LES RAYONS" sidebar listing various product categories such as Promotions, Nouveautés, Produits Carrefour, Marché, Crèmerie, Charcuterie Traiteur, Surgelés, Épicerie, Petit Déjeuner, Boissons, Monde de Bébé, Bio, and Bien être.

The main content area features a large banner for Carrefour Drive with the headline "Le drive = mêmes prix que le Carrefour Market de Bourg-La-Reine!". The banner includes the text "Profitez des produits et des prix de votre Carrefour Market!" and a "Je m'inscris" button. To the right of the banner is a purple box titled "Prix et produits des supers" containing a list of benefits: "Une écoute attentive", "Garantie Fraîcheur Maximum", "Vos courses Carrefour Drive", and "Des produits à prix maîtrisés!".

Below the banner is a "Top vente" section displaying four products: a milk carton, a bottle of water, a bag of Emmetal Français râpé, and a carton of eggs. Each product is accompanied by the Carrefour logo.

# Je choisis mon créneau de livraison en fonction des disponibilités

The screenshot shows the Carrefour website interface. At the top, there is a search bar with 'ex: Chocolat' and a 'Chercher' button. To the right, there are buttons for 'Panier express', 'Rebat Drive', and a date selector for 'Mercredi 14 sept. A partir de 09h00'. Below the search bar, there is a section for 'vos courses en ligne' with a list of product categories: Nouveautés, Produits Carrefour, Marché, Crèmerie, Charcuterie Traiteur, Surgelés, Épicerie, Petit Déjeuner, Boissons, Monde de Bébé, and Bio. The main content area features a banner for 'Le drive = mêmes prix q' and 'Profitez des prod de v de Ca'. Below the banner, there are sections for 'Nouveautés' and 'Top vente'. A modal window titled 'Choisissez votre créneau' is open, showing a calendar for the week of September 14-17. The selected slot is 'Mercredi 14 septembre, à partir de 09h00'. The calendar shows availability for various time slots on each day, with a legend indicating 'Disponible' (green), 'Complet' (red), and 'Ma sélection' (dark green).

	Mercredi 14 septembre	Jouidi 15 septembre	Vendredi 16 septembre	Samedi 17 septembre
9:00	09h00 à 10h00	09h00 à 10h00	09h00 à 10h00	09h00 à 10h00
10:00	10h00 à 11h00	10h00 à 11h00	10h00 à 11h00	10h00 à 11h00
11:00	11h00 à 12h00	11h00 à 12h00	11h00 à 12h00	11h00 à 12h00
12:00	12h00 à 13h00	12h00 à 13h00	12h00 à 13h00	12h00 à 13h00
13:00	13h00 à 14h00	13h00 à 14h00	13h00 à 14h00	13h00 à 14h00
14:00				

Ma sélection: Mercredi 14 septembre, à partir de 09h00

Avant 14h (selected) | Après 14h | Plus de jours

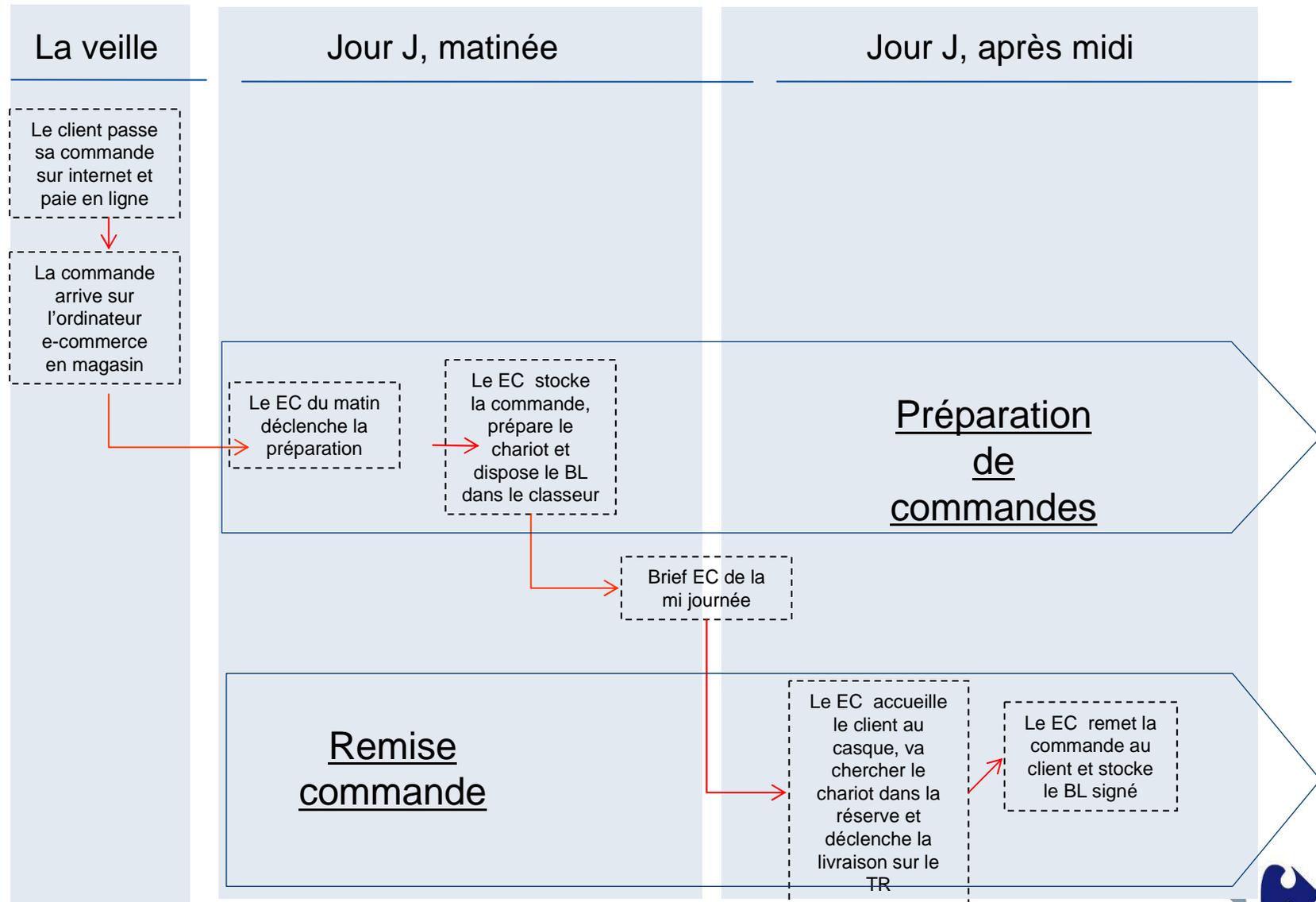
Après 14h | Disponible | Complet | Ma sélection

Je choisis mon créneau plus tard

Valider

Le client choisit son créneau de livraison en fonction des disponibilités après un délai minimum de 2h entre sa commande et sa livraison

# Comment gère-t-on une commande ?



# Les services

- **Un service gratuit pour le client**, il ne paie pas de frais de préparation
- **Il reçoit un sms et/ou mail** de confirmation à la commande et également pour lui rappeler son créneau de retrait
- **Sa carte bleue n'est débitée qu'une fois que son coffre est chargé**
- **Il profite de la qualité et de la fraîcheur des produits**
- **La plupart des produits Carrefour** qu'il a l'habitude d'acheter sont commandables sur le site internet

# Sommaire

- Motivation du projet
- Circuit client d'une commande drive
- Organisation du Drive Super
- Calendrier prévisionnel



# Sommaire

- Motivation du projet
- Circuit client d'une commande drive
- Organisation du Drive Super
  - Aménagement structurel & matériel
  - Conséquence en terme d'emploi
- Calendrier prévisionnel



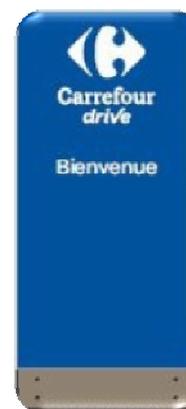
# À l'extérieur du magasin, un accès spécifique et identifié

17



# À l'extérieur du magasin, une identité visuelle spécifique et claire

18



# Les infrastructures et matériels



Réserve Drive: 1 bureau, 1 chambre froide positive et des bacs froids négatifs



Chariots de retraits



Des racks de rangement



Chariots de préparation

# Les infrastructures et matériels



Bac de livraison + étiquettes



Sac de livraison

Respect de la chaîne du froid, en préparation de commande



Glacières pour surgelés + Blocs de congélation



1 ordinateur et 2 imprimantes  
pour suivre les commandes  
(préparation, date de  
livraison...)



TR

# Les travaux envisagés

Poste	
Frais généraux	Petites fournitures
	Vestiaire
Actifs	Auvent
	Voierie
	Matériel de préparation
	Borne, câblage et installation
	Aménagement réserve dont Chambre froide
	Tombaux surgelés
	Peinture au sol
	Protections

La durée des travaux est estimée entre 2 à 8 mois notamment en raison des procédures administratives (autorisation de travaux...).  
Entre 60 et 70 m2 du magasin est affecté à l'activité E-Drive, dont au minimum 10m2 en chambre froide.

# Les Tenues Drive

Le vestiaire Carrefour Drive est spécifique.



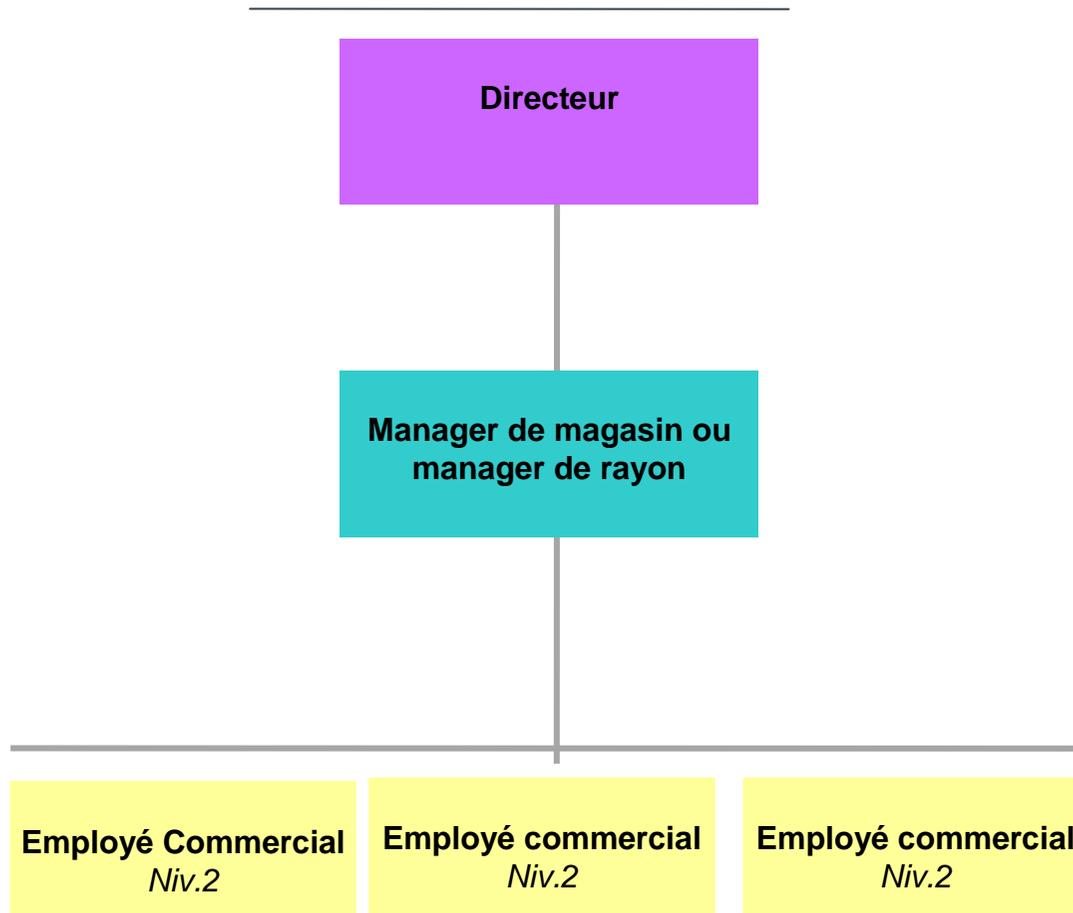
# Sommaire

- Motivation du projet
- Circuit client d'une commande drive
- Organisation du Drive Super
  - Aménagement structurel & matériel
  - Conséquence en terme d'emploi
- Calendrier prévisionnel



# Organisation du Drive Super : une organisation intégrée à la vie du magasin

## Organigramme-type



Le nombre d'employés commerciaux fluctue par magasin selon :

- l'amplitude horaire du Drive défini par le magasin,
- du potentiel du magasin.

# Organisation du Drive Super

## Employé Commercial Niv. 2

- Préparation des commandes des clients, en magasin, selon la procédure donnée
- Accueillir les clients et lui indiquer à quelle place se garer
- Remettre la commande au client et scanner le bon de livraison

## Manager de magasin ou manager de rayon

- Encadrer et animer une équipe
- Etre garant du bon fonctionnement de l'activité
- Peut être amené à effectuer des préparations et des livraisons en cas de besoin

## Directeur

- Superviser l'activité du magasin et du drive

# Organisation du Drive Super: Les conséquences en termes d'emploi

L'activité Drive va générer une activité supplémentaire pour le magasin.

A titre indicatif, nous avons pour objectif la première année de l'ouverture d'un E-drive:

- 20 commandes par jour
- Soit 6 000 commandes pour une année

Nous estimons que ces 6000 commandes vont demander environ **2700 heures de travail supplémentaires pour le magasin**, ce qui permettra:

- une augmentation des bases horaires des contrats de travail existants
- et/ou des embauches

Cet objectif de 20 commandes pour la première année devrait croître lors des années suivantes et donc générer d'avantages d'heures en magasin.

# Comment s'organisent les préparations de commandes

## Lors de la prise de poste de l'EC (6h00-6h20)

- Arrivée et mise du t-shirt e-commerce
- Connexion au PC dédié pour l'édition des étiquettes autocollantes des commandes de la journée de préparation + prise du TR sur sa batterie de chargement (cahier de formation)
- Organisation de l'ordre de préparation des commandes en fonction des créneaux de livraison
- Organisation de son chariot de préparation en réserve (sacs, bacs, TR, étiquettes)

## 6h20 à la pause

Préparation et utilisation du TR pour le chargement des commandes dans l'ordre de priorité:

- Préparation de la 1<sup>er</sup> commande et stockage de celle-ci dans les 3 zones dédiées (frais , sec, surgelés)+ scan de la zone puis du bac déposé sur la zone
- Préparation de la 2<sup>ème</sup> commande et stockage de celle-ci dans les 3 zones dédiées (frais , sec, surgelés)+ scan de la zone puis du bac déposé sur la zone
- Préparation de la 3<sup>ème</sup> commande et stockage de celle-ci dans les 3 zones dédiées (frais , sec, surgelés)+ scan de la zone puis du bac déposé sur la zone
- Préparation de la 4<sup>ème</sup> commande et stockage de celle-ci dans les 3 zones dédiées (frais , sec, surgelés)+ scan de la zone puis du bac déposé sur la zone
- Préparation de la 5<sup>ème</sup> commande et stockage de celle-ci dans les 3 zones dédiées (frais , sec, surgelés)+ scan de la zone puis du bac déposé sur la zone

# Comment s'organisent les préparations de commandes

Après la pause jusqu'à sa fin de poste:

- Arrivée client 1: accueil du client et remise de sa commande
- Arrivée client 2: accueil du client et remise de sa commande
- Préparation de la 6<sup>ème</sup> commande et stockage de celle-ci dans les 3 zones dédiées (frais , sec, surgelés)+ scan de la zone puis du bac déposé sur la zone
- arrivée client 3: accueil du client et remise de sa commande
- Préparation de la 7<sup>ème</sup> commande et stockage de celle-ci dans les 3 zones dédiées (frais , sec, surgelés)+ scan de la zone puis du bac déposé sur la zone
- arrivée client 4: accueil du client et remise de sa commande
- Préparation de la 8<sup>ème</sup> commande et stockage de celle-ci dans les 3 zones dédiées (frais , sec, surgelés)+ scan de la zone puis du bac déposé sur la zone
- Arrivée client 5et 6: accueil des clients et remise des commandes
- Information du manager pour la passation à la fin de poste du suivi des commandes et informations des problèmes rencontrés
- 12h45 : fin des tâches

# Un volet formation accompagnera la mise en place de ce nouveau concept

Des formations spécifiques Drive seront assurées:

- 2 jours pour le EC2 & une mise en pratique avec un coach pendant 8 jours
- 2.5 jours pour le manager
- 0.5 journée d'information pour Responsable relation client et les hôtessees d'accueil

Les équipes seront formées aux process indispensables à une préparation/ livraison drive de qualité.

A savoir :

- Utilisation des outils (ex: TR, casques, borne, etc.)
- Qualité de préparation de commande (bonnes pratiques matériel, fraîcheur produit, hygiène, rangement, etc.)
- Qualité de livraison commande (accueil client, ...)

# Sommaire

- Motivation du projet
- Circuit client d'une commande drive
- Organisation du Drive Super
  - Aménagement structurel & matériel
  - Conséquence en terme d'emploi
- Calendrier prévisionnel



# Critères ayant permis une ouverture en E-Drive

## Faisabilité technique

- Magasin pouvant accueillir facilement un drive : réserve fractionnable > 200m<sup>2</sup>, portes donnant sur parking avec place de parking exploitable

## Etudes de population

- Bassin de population suffisant
- Typologie de clientèle adaptée

## Copropriété

- l'ensemble des éléments fonciers : parking, galerie marchande, copropriété,...

## Concurrence

- stratégie offensive ou défensive pour l'enseigne, en fonction de l'impact concurrentiel de la zone

## Les équipes

- la motivation et l'implication des équipes du magasin sont un des éléments majeurs dans la réussite du projet

# Plan de déploiement 2011 : Magasins Pilotes

Magasins	Région	Vague	Mois déploiement	Date ouverture SITE WEB	sem	Date 1er créneau livré
BAGNOLS S/ CÈZE	SUD EST	1	Octobre	31-oct	44	02-nov
FENESTRELAY	CENTRE	1	Octobre	31-oct	44	02-nov
SARLAT LA CANEDA	SUD OUEST	1	Octobre	31-oct	44	02-nov
DINAN	OUEST	2	Novembre	05-déc	49	06-déc
ANNOEULLIN	NORD EST	2	Novembre	05-déc	49	06-déc

# Plan de déploiement 2012

magasins	Région	déploiement
BEURAINS	NORD EST	V01 janvier
BOULOGNE SUD	NORD EST	V02 février
RAILLENCOURT	NORD EST	V03 mars
ABBEVILLE	NORD EST	V04 avril
GRAY	NORD EST	V06 mai/juin
VILLERS BO CAGE	NORD EST	V07 juin
BRETEUIL SUR NOYE	NORD EST	V08 juillet
MOREUIL	NORD EST	V09 septembre
ESTAIRES	NORD EST	V10 octobre
ETAPLES	NORD EST	V11 oct/novembre
LILLERS	NORD EST	V11 oct/novembre
ESSARS	NORD EST	V12 novembre

**\* Attention il s'agit d'une liste évolutive. Des modifications peuvent intervenir.**

# Dans les prochaines semaines...

