

Tribune GRANDE CONSO

à retrouver sur www.olivierdauvers.fr

VOUS ÊTES **7687**
CADRES DE LA GRANDE CONSO
À RECEVOIR "TGC"

N° 84 SEPTEMBRE 2010
TGC - Editions DAUVERS
21, rue de la Poterie - 35200 RENNES
02.99.50.18.90 - olivier@olivierdauvers.fr

LE BLOCNOTES DU 14 SEPTEMBRE

S'il n'y avait qu'une seule raison d'aller à Lyon...

LES FAITS. Carrefour a profité de la rénovation de deux de ses hypers lyonnais pour multiplier les initiatives autour du lien entre le off-line et le on-line. A voir absolument pour comprendre l'enjeu de cette révolution à venir !

C'est évidemment l'événement de la rentrée : Carrefour qui a présenté à Lyon-Vénissieux et Lyon-Ecully sa vision de l'hyper nouveau (voir Vidéo Grande Conso « Planète Carrefour, ou le retour des univers »). Deux hypers esthétiquement réussis ! Logique. Des mois de travail, quelques millions d'euros investis et le concours de l'agence Malherbe dont l'article n'est aujourd'hui plus à faire. Mais l'essentiel n'est (vraiment) pas là. Non ! S'il n'y avait qu'une seule bonne raison de faire le voyage de Lyon, elle serait clairement dans les nombreuses avancées de Carrefour sur la passerelle entre le off-line (le monde physique du magasin) et le on-line. Ce qui constitue, pour sûr, l'un des enjeux les plus pregnants des années 2010. Les objectifs de ce lien off-line / on-line ? Si nombreux... Assurer la **continuité de contact**

3 EXEMPLES DU LIEN OFF-LINE / ON-LINE



Impossible de présenter tous les produits culturels dans un seul magasin, d'autant que Carrefour a sérieusement réduit son offre de CD. **Le Culture Bar compense ces manques avec la possibilité de commander, outre la billetterie, quelque 300 000 CD et 750 000 livres.** Le tout livré en 48 h au domicile du client. Le Culture Bar permet aussi de télécharger sur place des jeux et divers logiciels. En clair : acheter en ligne, mais en hyper.



Installée à l'entrée du magasin, la « **borne Pass** » met en connection le compte fidélité du client et son téléphone mobile. En quelques manipulations, il peut par exemple récupérer un coupon de réduction ou son « chèque » de cash-back. En caisse, ne reste alors plus qu'à présenter l'écran du portable avec le code-barre de l'avantage.



Après leur apparition sur prospectus (en janvier 2010 sur les tracts hi-tech), les codes 2D débarquent en rayon (quelques rares produits sont concernés). Le client est invité à photographier avec son téléphone mobile le code 2D présent sur le stop-rayon. Via une application préinstallée, le téléphone décrypte instantanément l'URL codée et dirige le client vers la page web qui présente plus d'informations sur le produit.

entre l'enseigne et ses clients ; enrichir la **relation-client** ; faciliter la **compréhension de l'offre** ; **élargir l'assortiment** au-delà des limites physiques du magasin et, ce faisant, reprendre la main vs les webmarchands, la caution d'une enseigne en plus ; ou, plus généralement, **accroître les services** rendus en profitant de ce terminal numérique

– le téléphone mobile – dont la quasi-totalité des chalands sont aujourd'hui équipés. Pour autant, nombre d'expériences sont encore ici balbutiantes, imparfaites même. Un seul exemple : la faiblesse « éditoriale » du contenu lié aux codes 2D présents sur quelques produits est – soyons aussi sévère qu'enthousiaste – affligeante. Mais Carrefour

aura eu ce mérite d'avoir su mettre en place, plus largement qu'aucune autre enseigne, ce lien off-line / on-line. Les grandes avancées, quelles qu'elles soient, ont toujours démarré par de petits pas, même hésitants. Et c'est sans doute là, plus qu'ailleurs, que Carrefour a repris son quart d'heure d'avance.

Olivier Dauvers

VIENT DE PARAÎTRE

Le magasin de demain s'invente aujourd'hui, Carrefour Planet

- > Pour décoder et comprendre le nouveau concept Carrefour
- > Les 13 initiatives à suivre particulièrement
- > Un livret de 32 pages et CD avec reportage photos et vidéo

Pour commander : www.olivierdauvers.fr / rubrique Boutique



VIENT DE PARAÎTRE

éditions
DAUVERS

DANS LA COLLECTION «LE MAGASIN DE DEMAIN S'INVENTE AUJOURD'HUI»
Après... **Tome 1 : Real Future Store et Tome 2 : Red Market Gembloux**



**32 pages d'un overview
sur le nouveau concept
Carrefour**



Livré avec CD multimédia :
Reportage photos et vidéo

LE MAGASIN DE DEMAIN S'INVENTE AUJOURD'HUI
Tome 3 : Carrefour Planet
Livret 32 pages et CD multimédia : 24 euros
Achat en ligne sur www.olivier-dauvers.fr
Commandes en nombre olivier@olivierdauvers.fr

Idéal pour découvrir et comprendre

Les innovations commerciales, merchandising et technologiques

