LES TESTS
GRANDE CONSO

leDRIVE Intermarché

La nouvelle interface Le Drive Intermarché

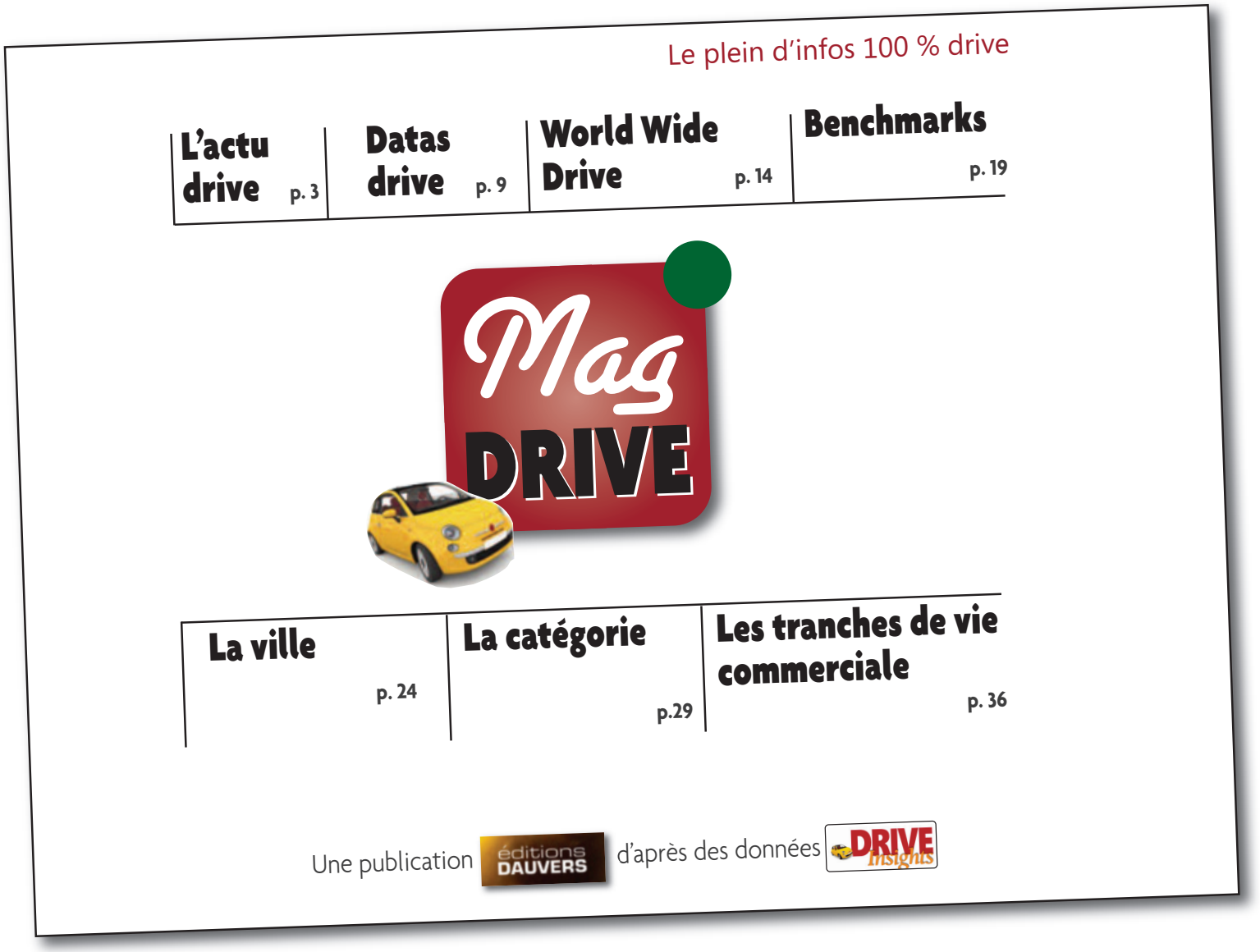
[NOVEMBRE 2015]

éditions DAUVERS

CHAQUE TRIMESTRE, RETROUVEZ LE 1ER SUPPORT 100 % DRIVE

Prochaine édition à paraître en décembre 2015

Déjà 11 numéros parus



ABONNEMENT GRATUIT

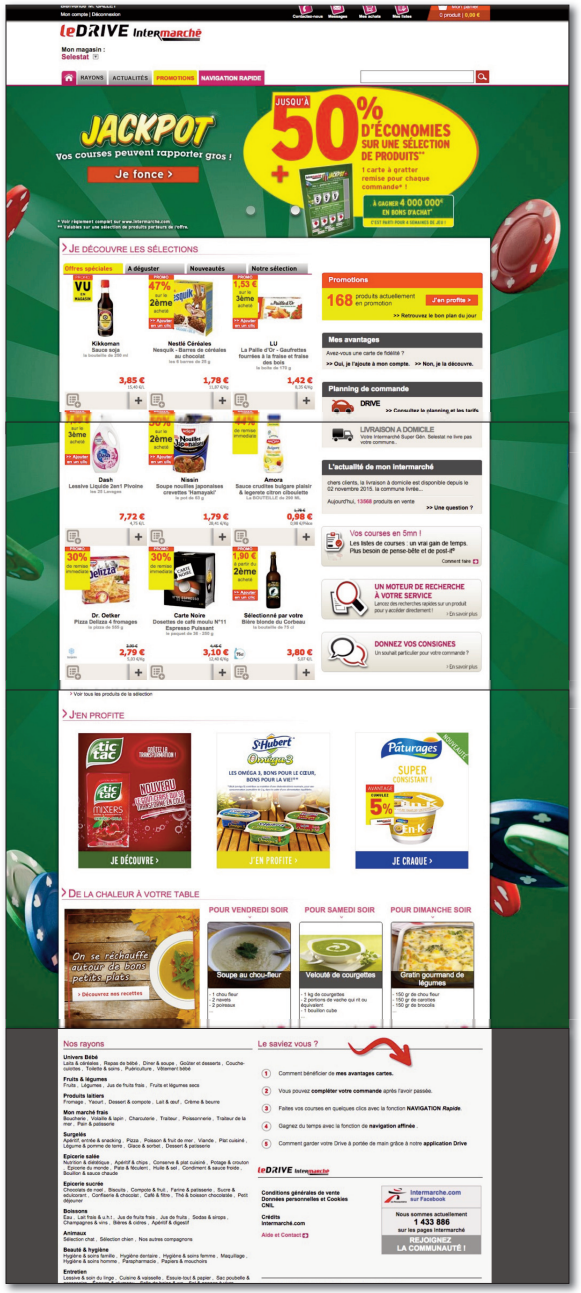
jean-philippe.gallet@editionsdauvers.fr

LA PAGE D'ACCUEIL

Moins épurée en partie supérieure, la nouvelle interface gagne cependant en praticité comme nous allons le voir.

Avant

Avant



LES TESTS GRANDE CONSO — éditions DAUVERS

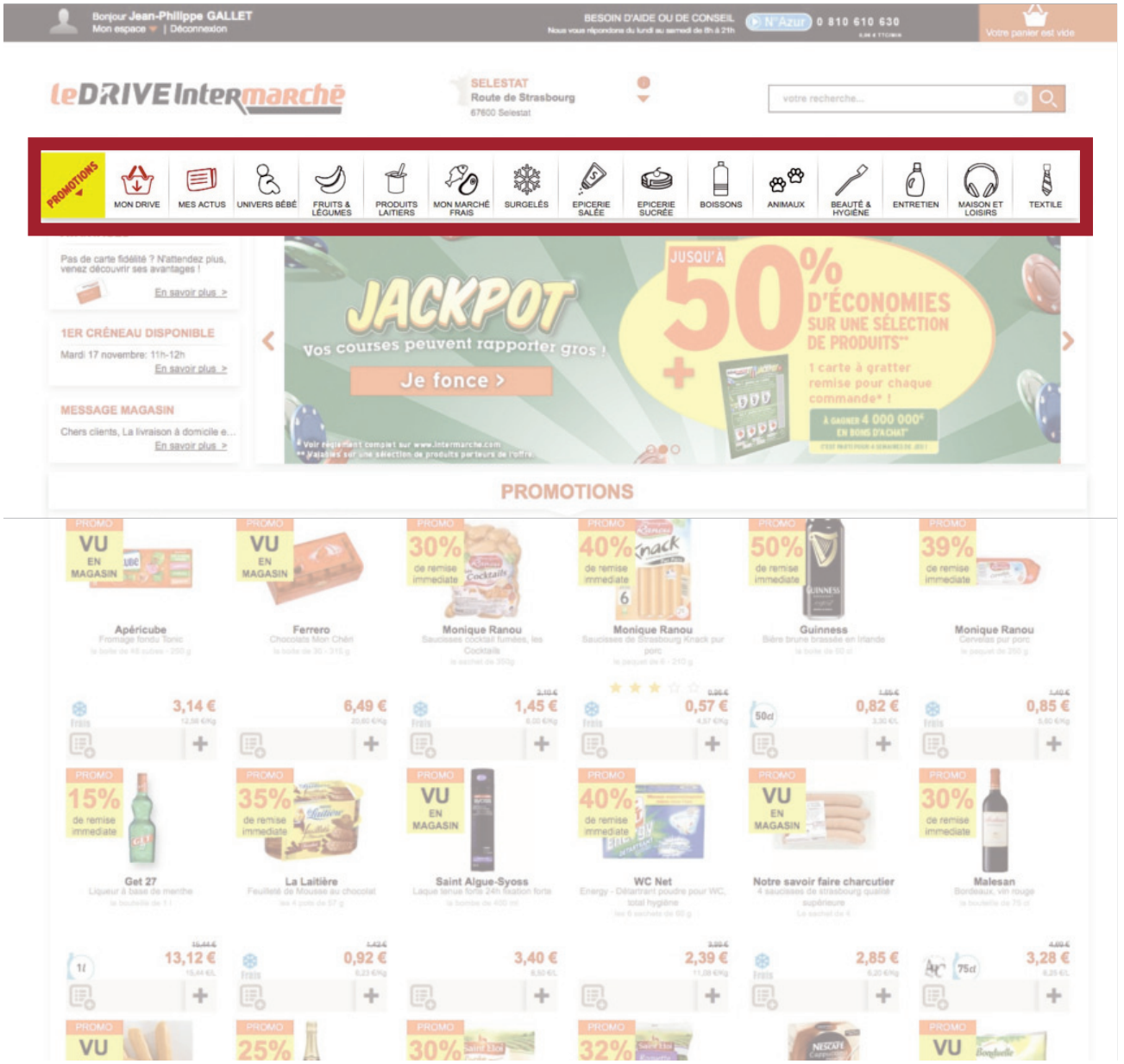
Les grandes parties de la page d'accueil se distinguent mieux. La liste exhaustive des rayons en pied de page a disparu. Et pour cause…

Fini l'habillage total de la page, y compris les bandes latérales. Place à un slider plus classique où défilent les annonces comme de nombreux sites.

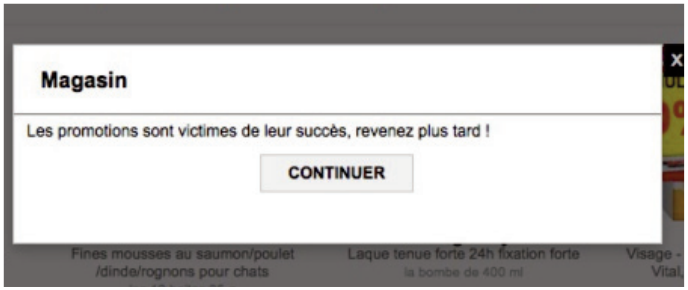
Avant

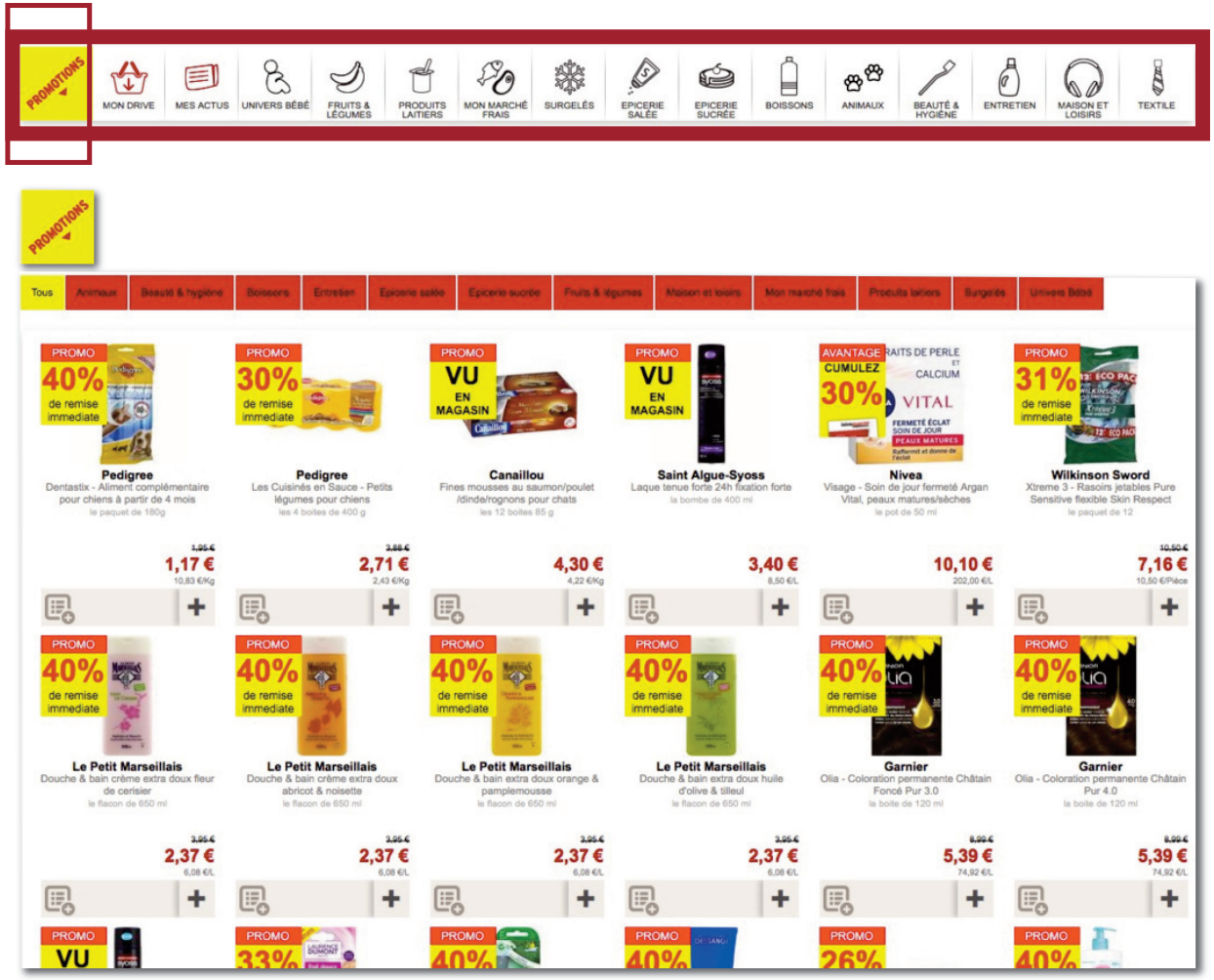
Grande nouveauté en haut de page, un menu horizontal répertoriant l'ensemble des univers et rubriques. Auparavant, il fallait d'abord cliquer pour arriver à ce niveau de détail.

Avant

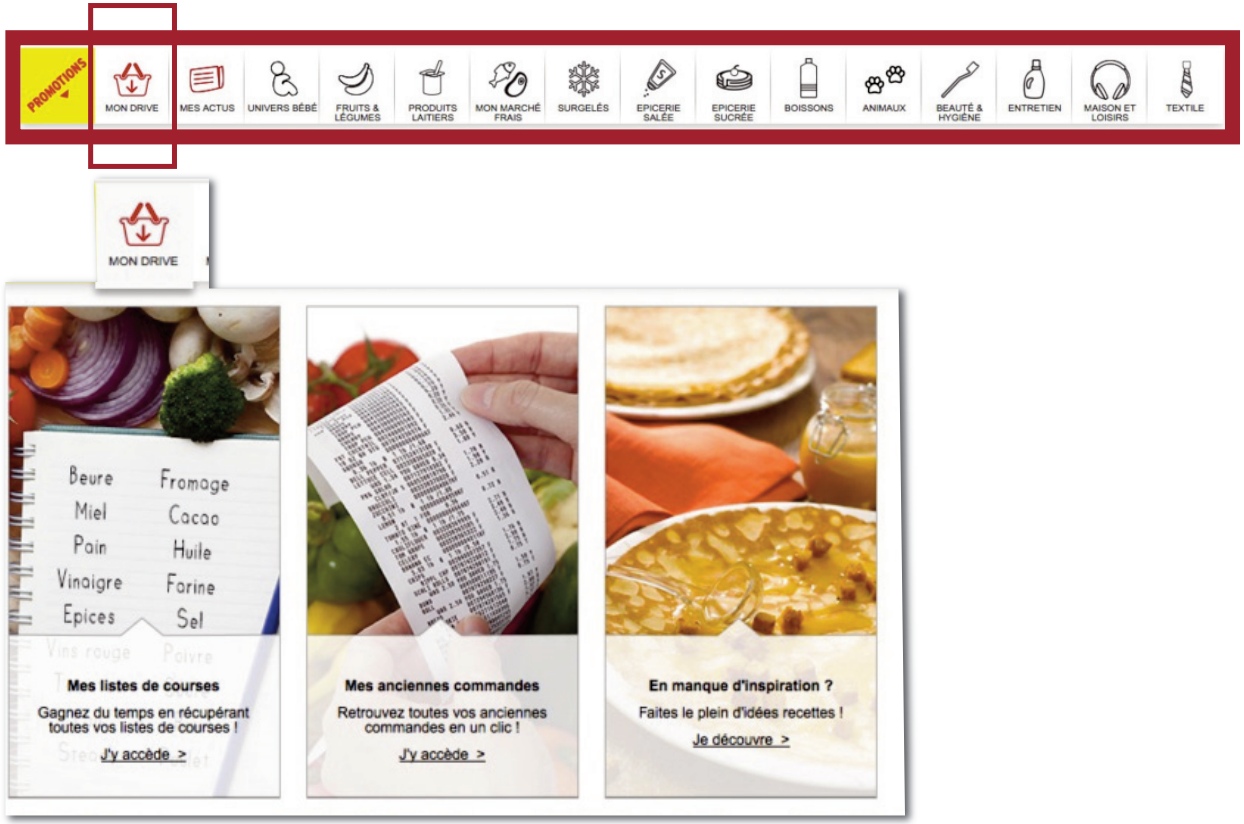


Si des promos apparaissent systématiquement en page d'accueil, le clic sur la rubrique "promotions" donne accès à l'ensemble des promos segmentées par rayon.
Le clic sur "promotions" fait cependant apparaître dans un premier temps une fenêtre mentionnant : "Les promotions sont victimes de leur succès, revenez plus tard !" Bug de jeunesse sans doute...

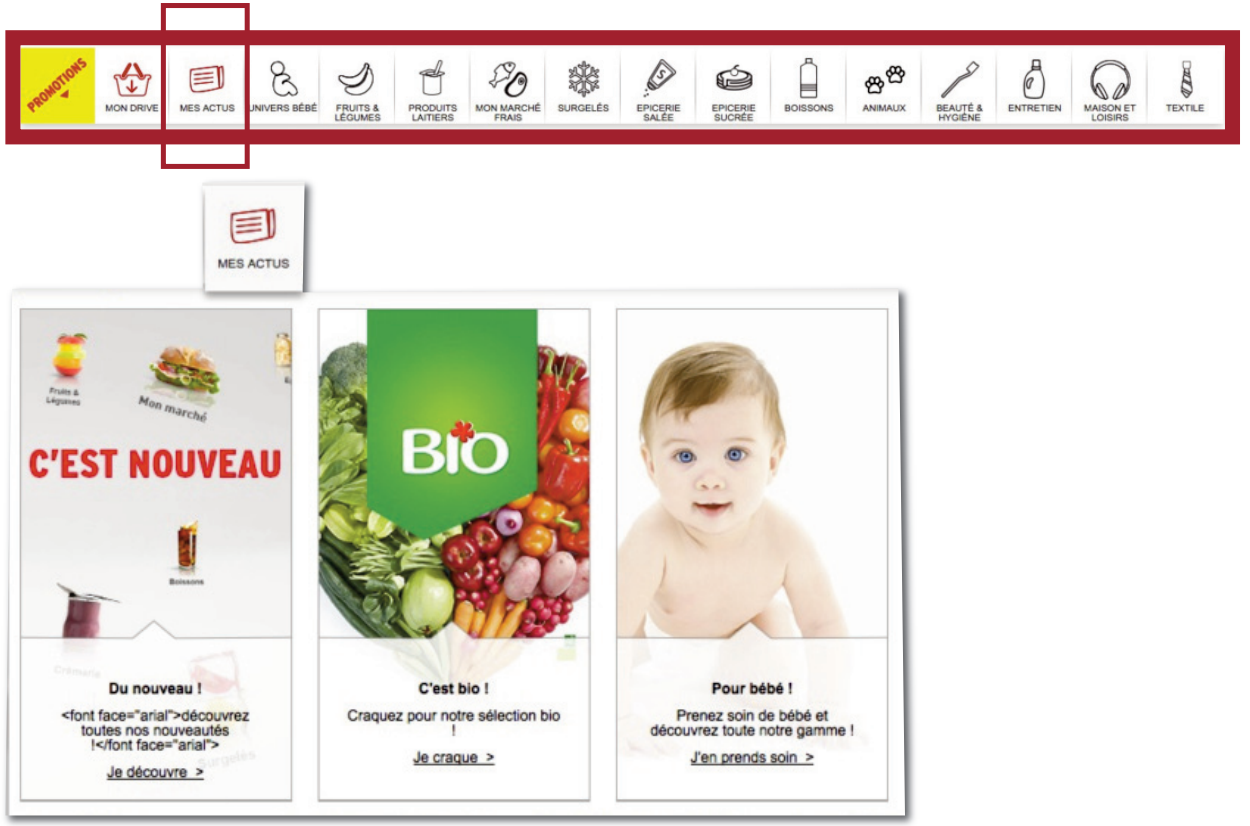




Une nouvelle rubrique absente de la précédente version du site : “Mon Drive”. Celles-ci contient les listes de courses de l’utilisateur, l’historique de ses commandes, ainsi que l’ensemble des idées recettes suggérées par le site. A noter que le menu déroulant “Mon espace” donne aussi accès à certaines de ces données.

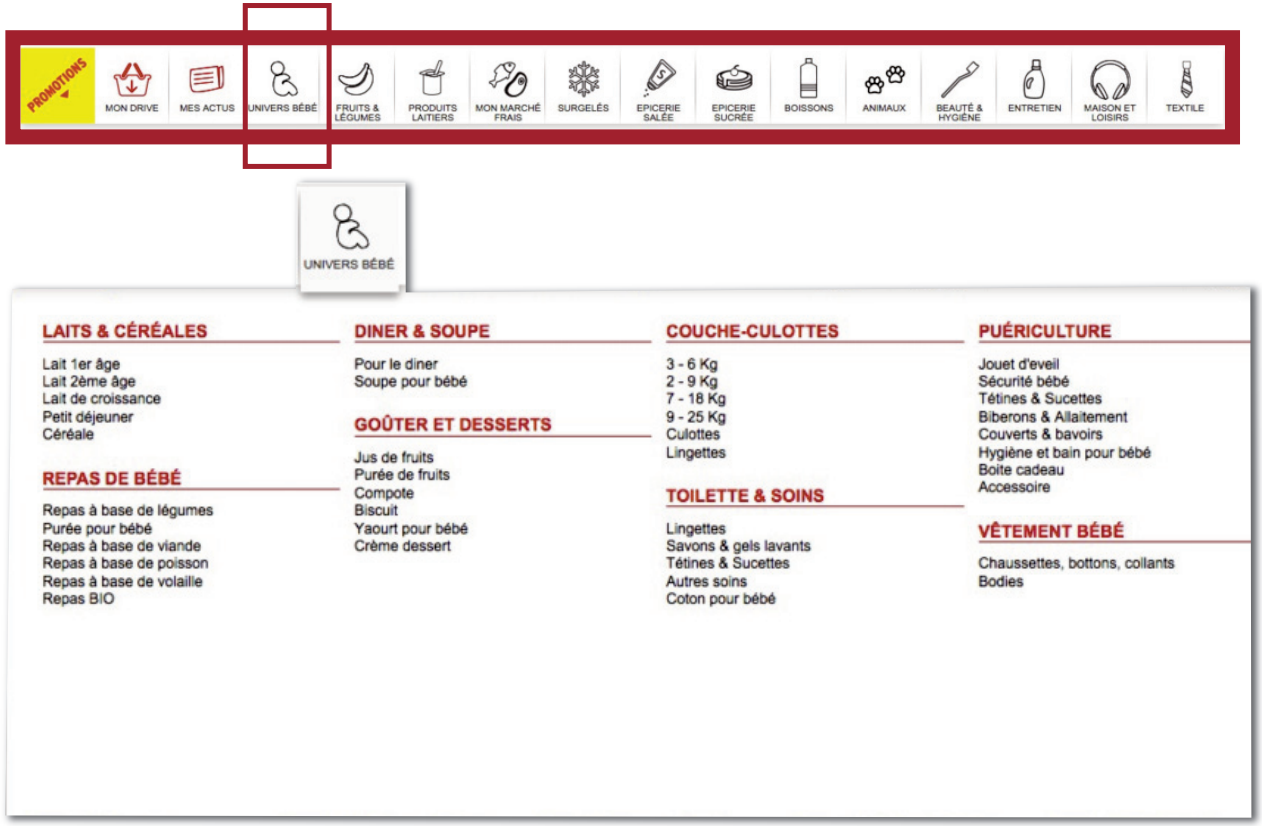


La rubrique “actualités” n’a pas évolué si ce n’est son nom : désormais “Mes actus”. Outre les nouveaux produits, l’aspect “actuel“ des produits bio ou bébé peut laisser songeur. Si un “univers bébé” est bien proposé dans le bandeau menu, en revanche le bio n’y figure pas, il faut donc passer par “mes actus”... pas très intuitif ! Auparavant la “sélection bio“ apparaissait dans l’arborescence primaire.

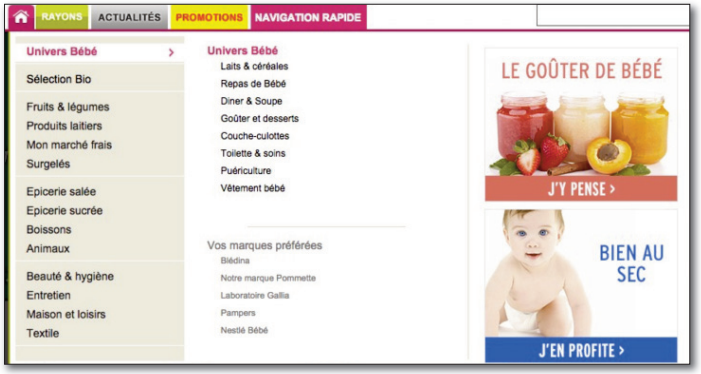


Avant

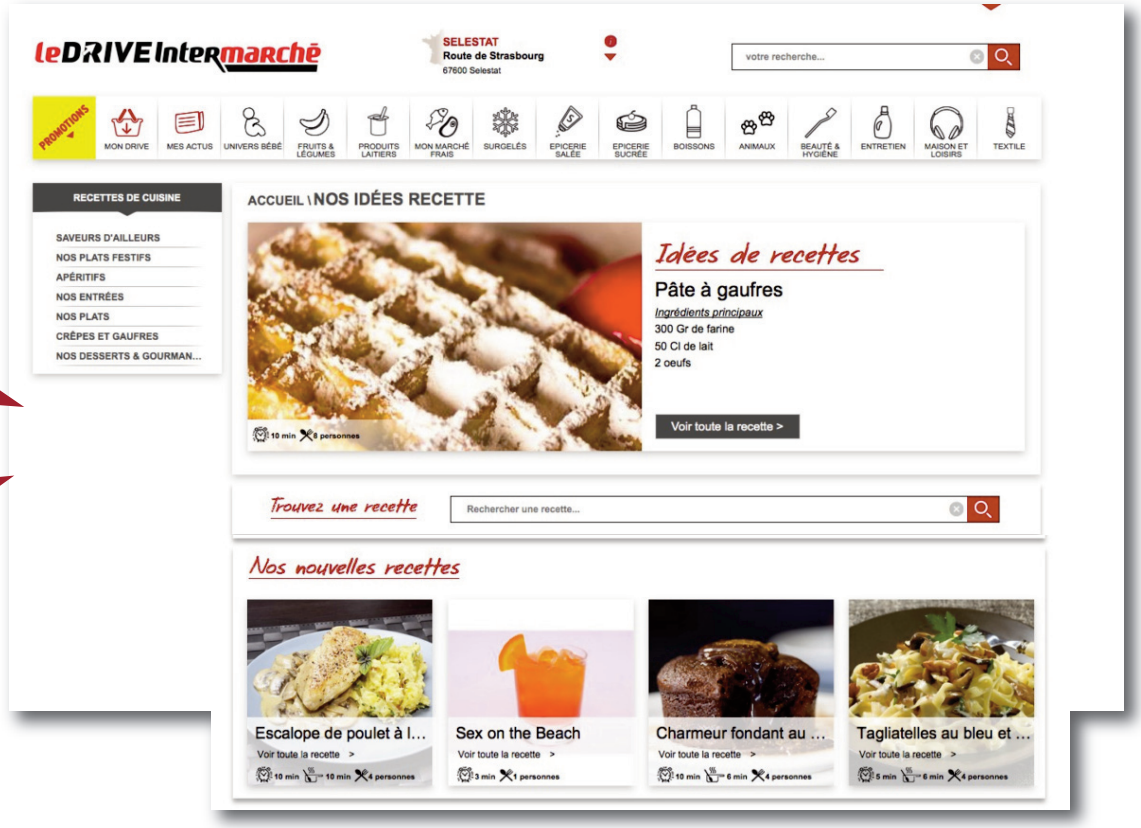
Ensuite, l'assortiment est segmenté en 13 univers. (contre 14 précédemment avec la "sélection bio"). Là où 4 clics étaient généralement nécessaires auparavant pour accéder à une famille de produits donnée (ex. les vins rouges ou les cafés moulus), 2 clics suffisent désormais.



Avant



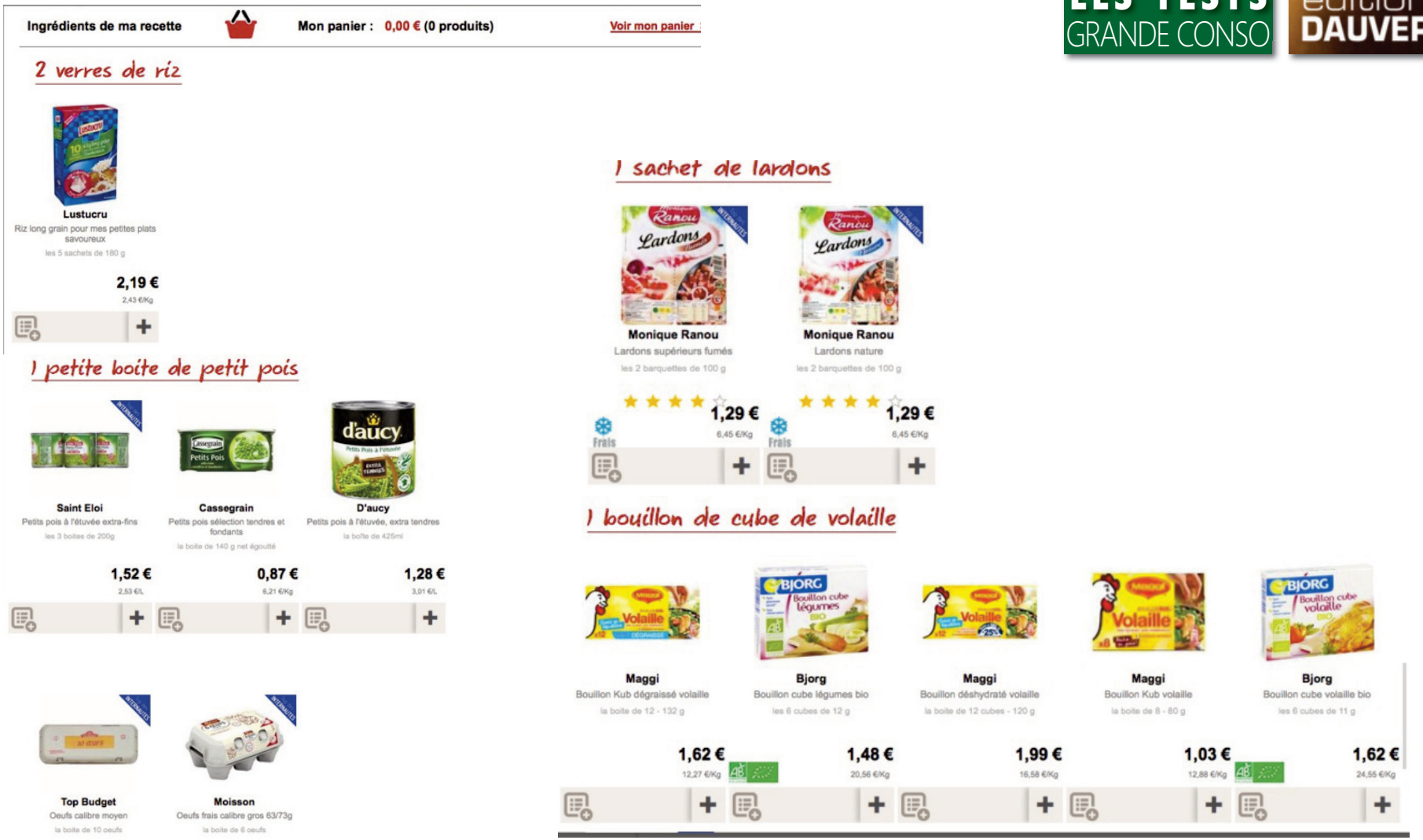
RUBRIQUE “RECETTES” REMANiÉE



Les idées recettes du Drive Intermarché sont disponibles depuis la home page, en bas de page (et non en haut de façon plus visible comme la nouvelle interface de CoursesU.com), ou via la rubrique “Mon Drive” du bandeau/menu horizontal. Une multitude de recettes sont ainsi proposées réparties en 7 grands chapitres et 45 sous-chapitres.

La navigation parmi les recettes se fait de la même façon qu'au sein des rayons du cybermarché.

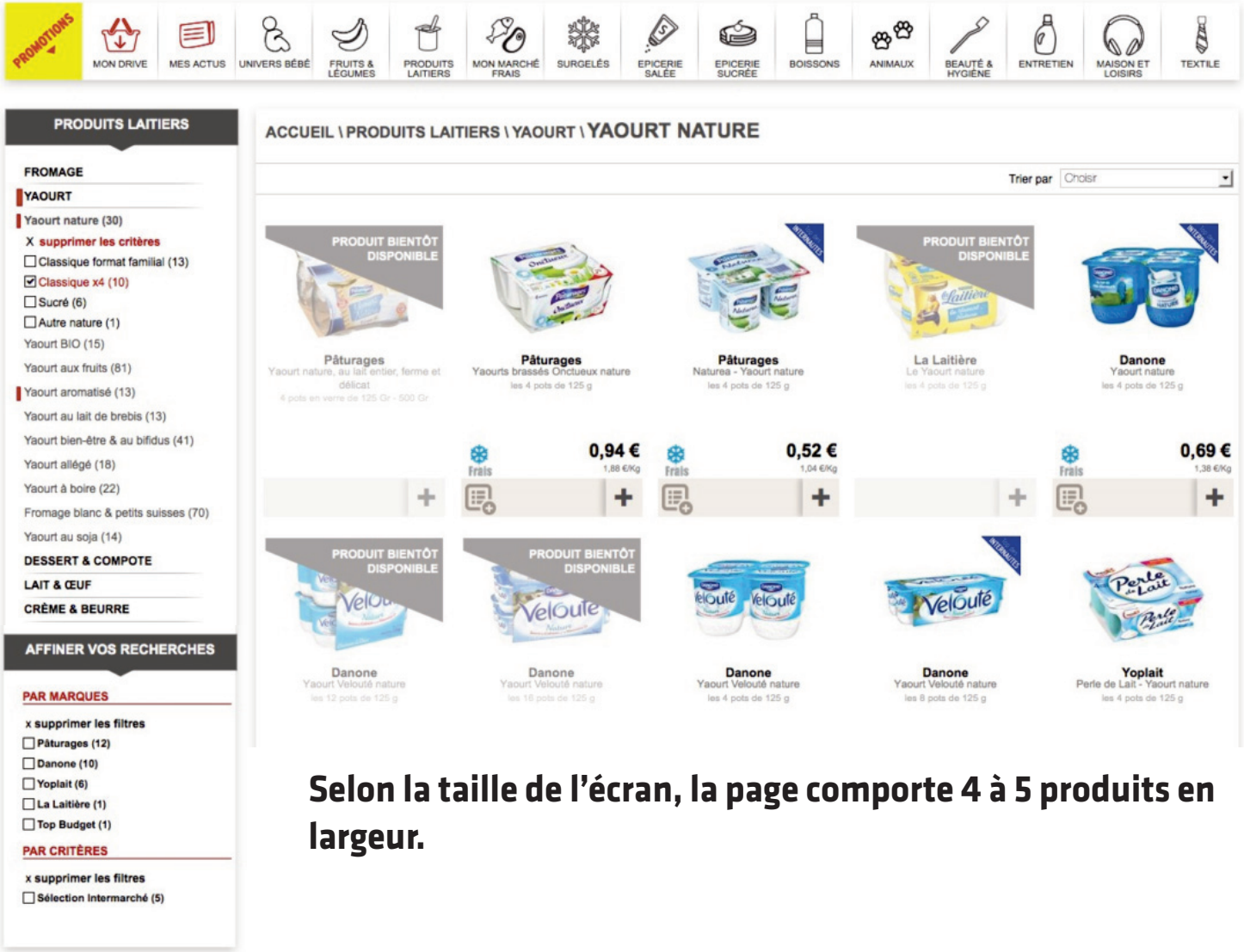
Outre la recette, en premier niveau de lecture apparaissent les ingrédients indispensables, ainsi que des produits complémentaires comme les vins adaptés. D'un simple clic une liste plus complète d'ingrédients (cf. page suivante) est disponible avec la possibilité d'ajouter facilement les produits au panier.



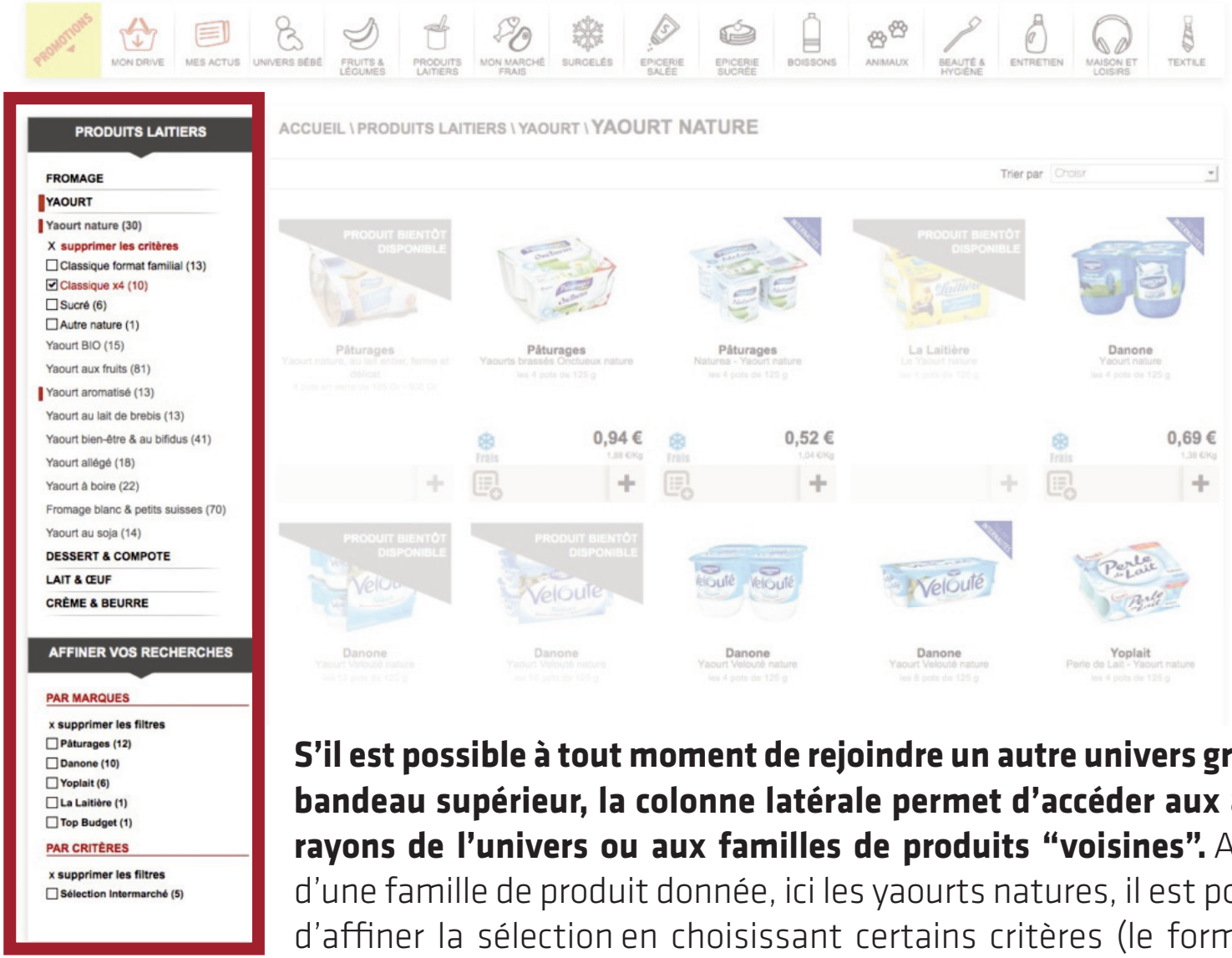
Une fenêtre pop-up présente une sélection de produits pour chaque ingrédient de la recette. A noter que les sélections ne sont pas trop larges a contrario de ce que propose CoursesU.com.

LES TESTS GRANDE CONSO
éditions DAUVERS

LA NAVIGATION



Selon la taille de l'écran, la page comporte 4 à 5 produits en largeur.



S'il est possible à tout moment de rejoindre un autre univers grâce au bandeau supérieur, la colonne latérale permet d'accéder aux autres rayons de l'univers ou aux familles de produits "voisines". Au sein d'une famille de produit donnée, ici les yaourts natures, il est possible d'affiner la sélection en choisissant certains critères (le format, x4 ou familial, le caractère sucré) ou une marque donnée.

Il est aisé de se répérer dans l'aborescence grâce à des puces de couleur devant la famille de produits considérée dans la colonne latérale. Par ailleurs, le détail du chemin parcouru dans l'aborescence est indiqué au dessus de l'offre avec la dernière "adresse" en caractères gras et d'une taille supérieure.

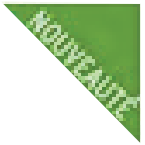
LES TESTS GRANDE CONSO
éditions DAUVERS

LA VIGNETTE PRODUIT

Avant

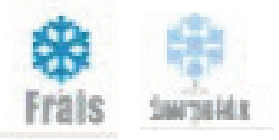
Après

Pas de changement au niveau de la vignette produit et ses différents composants. Pourtant, certaines évolutions auraient été nécessaires comme des pictogrammes informatifs plus visibles et compréhensibles.

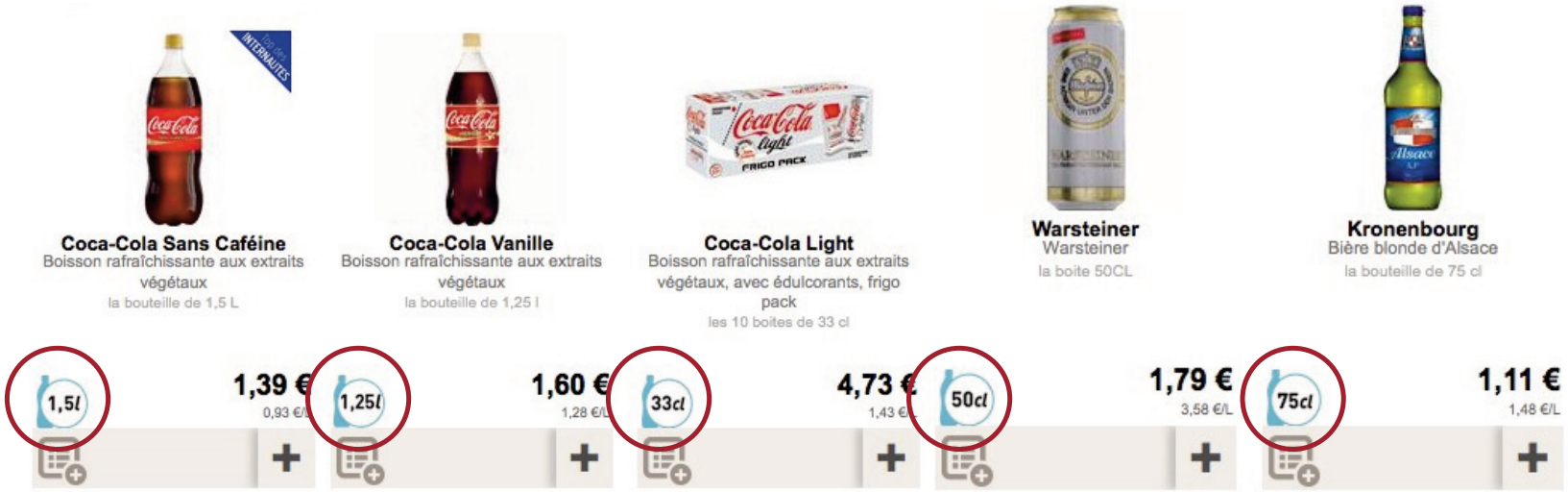


Si le terme “Nouveauté” ne pose aucun problème, en revanche, il est difficile de distinguer “Top des Ventes“ et “Top des Internautes“. Une légende serait utile.

Dommage que certains pictogrammes utilisés n'aient pas bénéficié d'une meilleure définition avec la nouvelle interface. Leur lisibilité laisse franchement à désirer. Par ailleurs, quel intérêt de distinguer les produits frais et surgelés avec le même symbole : un flocon de neige !



Autre mystère auquel la nouvelle version du site n'apporte pas de réponse. Si les mécaniques promotionnelles type "remise immédiate" ou "avantage carte" sont tout à fait compréhensibles, quid de la mention "Vu en magasin" ? D'autant qu'elle est, comme pour les autres mécaniques, conditionnée à une date limite d'achat…



Enfin, si dans l'univers des boissons les formats sont spécifiés à l'aide d'un pictogramme très lisible, dans les autres rayons, il est parfois difficile de distinguer les contenances de deux produits d'apparence semblable. Illustration avec ces boîtes de conserve. Celle de 250 g paraît en effet plus grosse que celle de 500 g.

Seule réel changement au niveau de la vignette produit, l'apparition, pour certaines références, d'une rangée d'étoiles indiquant la notation et l'avis des consommateurs. Une nouveauté notable de cette nouvelle interface. Cf. p. 30

PARC, ENSEIGNES, POLITIQUES
MARCHANDISES, PRIX...

L'ÉTUDE DE RÉFÉRENCE

DRIVE Insights

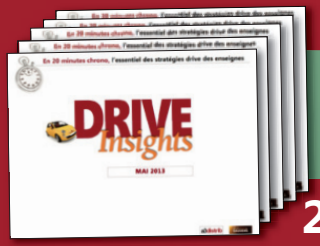
TOUS LES MOIS
[juillet-août couplés]

powered by éditions DAUVERS a3distrib

Renseignements : **romain.molay@editionsdauvers.fr**

TARIFS 2015

Licence de MULTIDIFFUSION Groupe



Centrales, Enseignes...

2 990 € HT

Licence de MULTIDIFFUSION Société

Industriels, Prestataires

1 490 € HT

LICENCE UNIQUE sans droit de copie

PME, Indépendants...

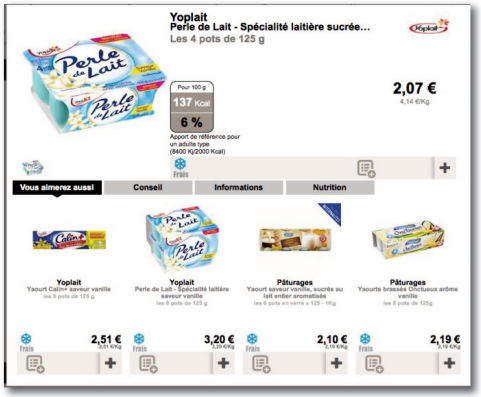
990 € HT

DANS LE CADRE DU CONTRAT DE LICENCE, L'ÉTUDE DRIVE INSIGHTS EST MARQUÉE ÉLECTRONIQUEMENT

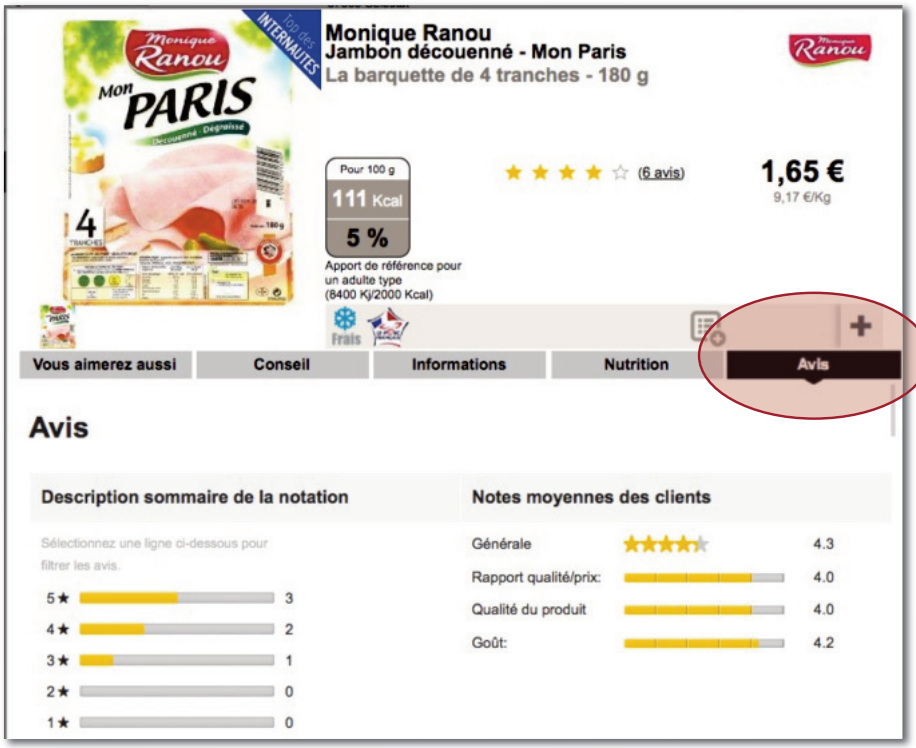
LES TESTS GRANDE CONSO

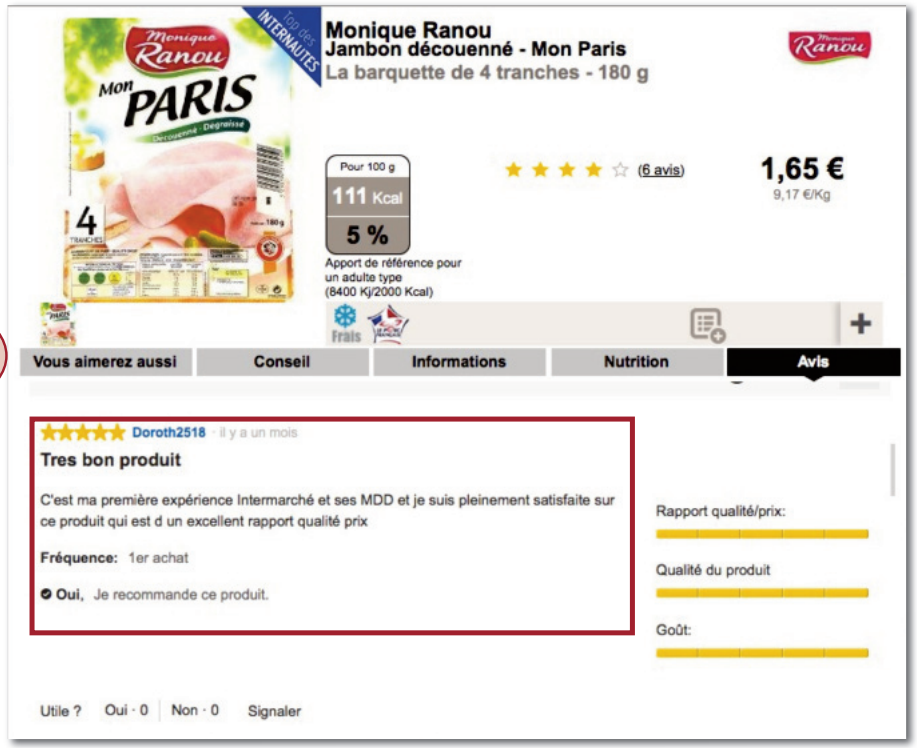
éditions DAUVERS

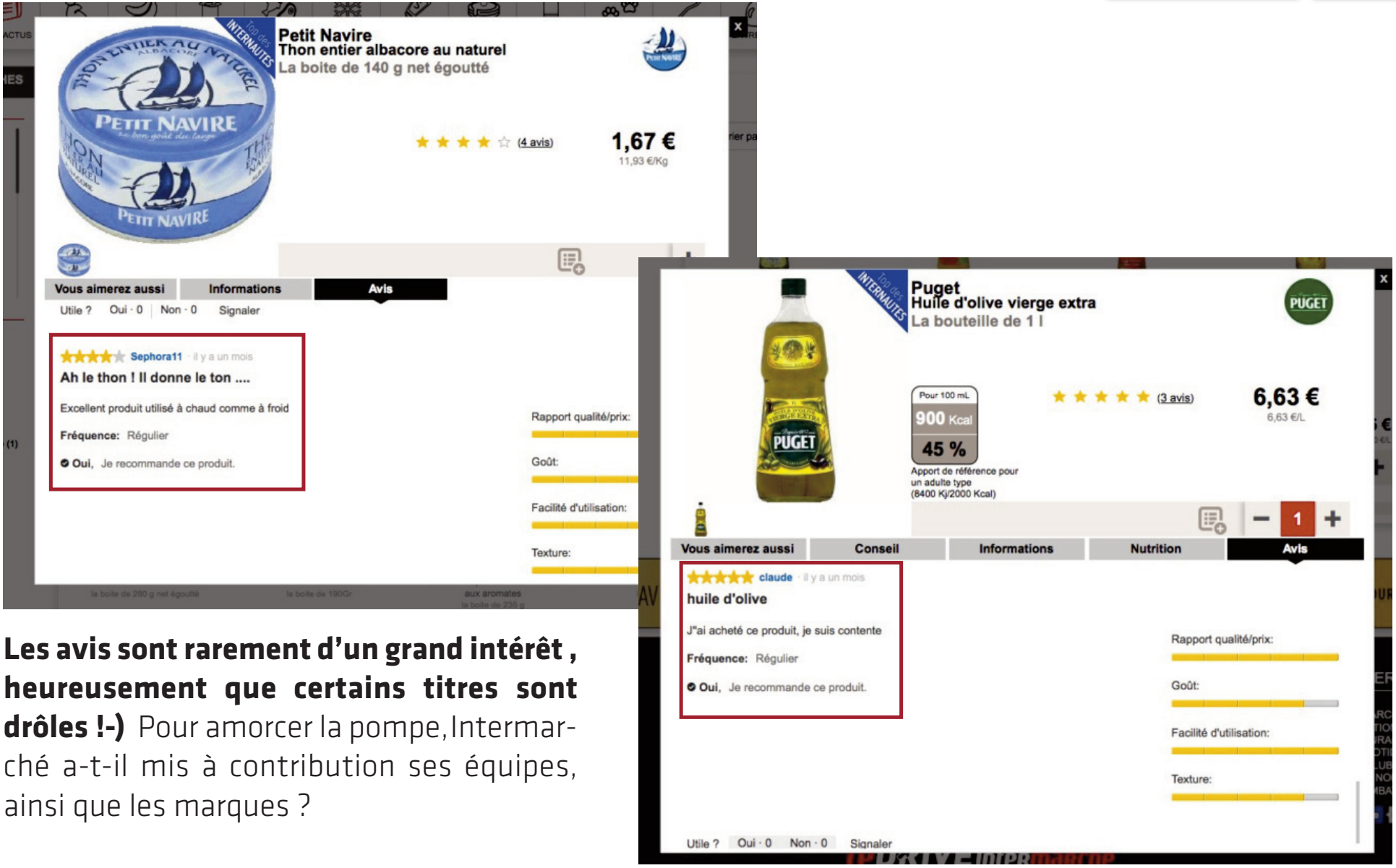
LA FICHE PRODUIT



Pas d'évolution notable de la fiche produits si ce n'est l'apparition d'un nouvel onglet "avis" pour certains produits. En effet, Les Mousquetaires ont ajouté cette fonctionnalité largement utilisée dans les sites comme Amazon, Fnac ou Allociné. Dans un premier temps, est affichée la répartition des notes, ainsi que les notes moyennes selon le rapport qualité/prix, la qualité produit et le goût. Ensuite, en scrollant, on accède aux différents avis et aux notes correspondantes.







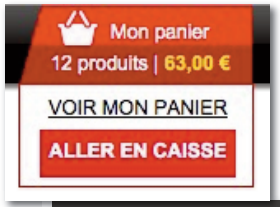
Les avis sont rarement d'un grand intérêt , heureusement que certains titres sont drôles !-) Pour amorcer la pompe, Intermarché a-t-il mis à contribution ses équipes, ainsi que les marques ?

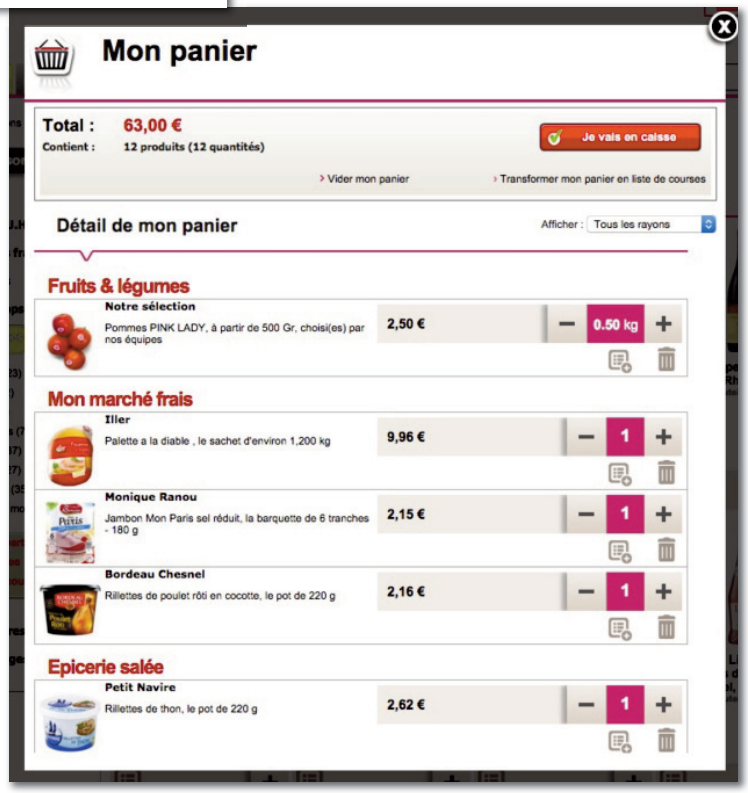
LES TESTS GRANDE CONSO

éditions DAUVERS

LE PANIER

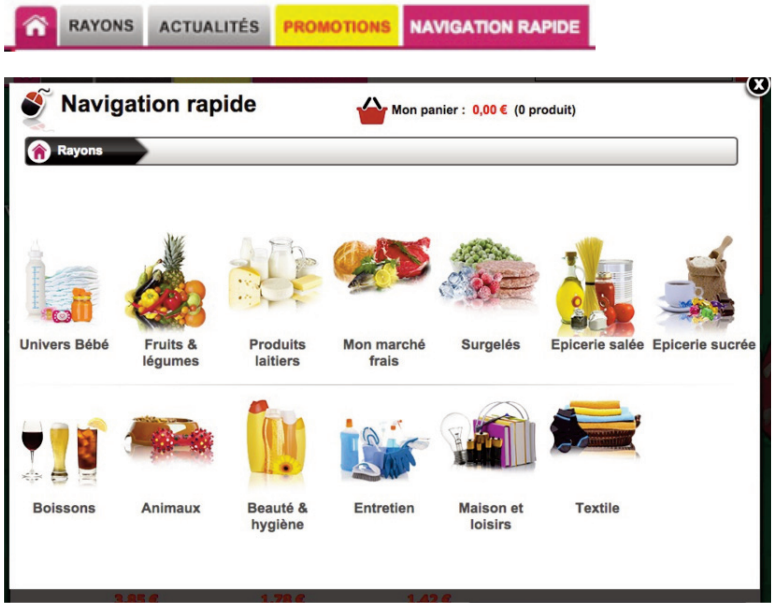
Avant



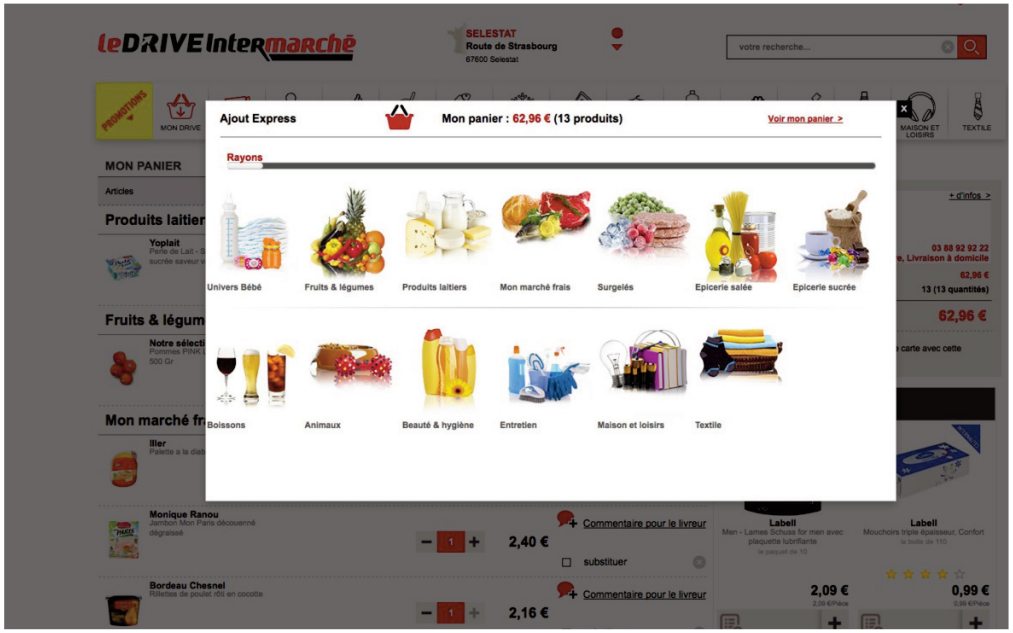


Le panier “déroulant“ a gagné en clarté et simplicité.

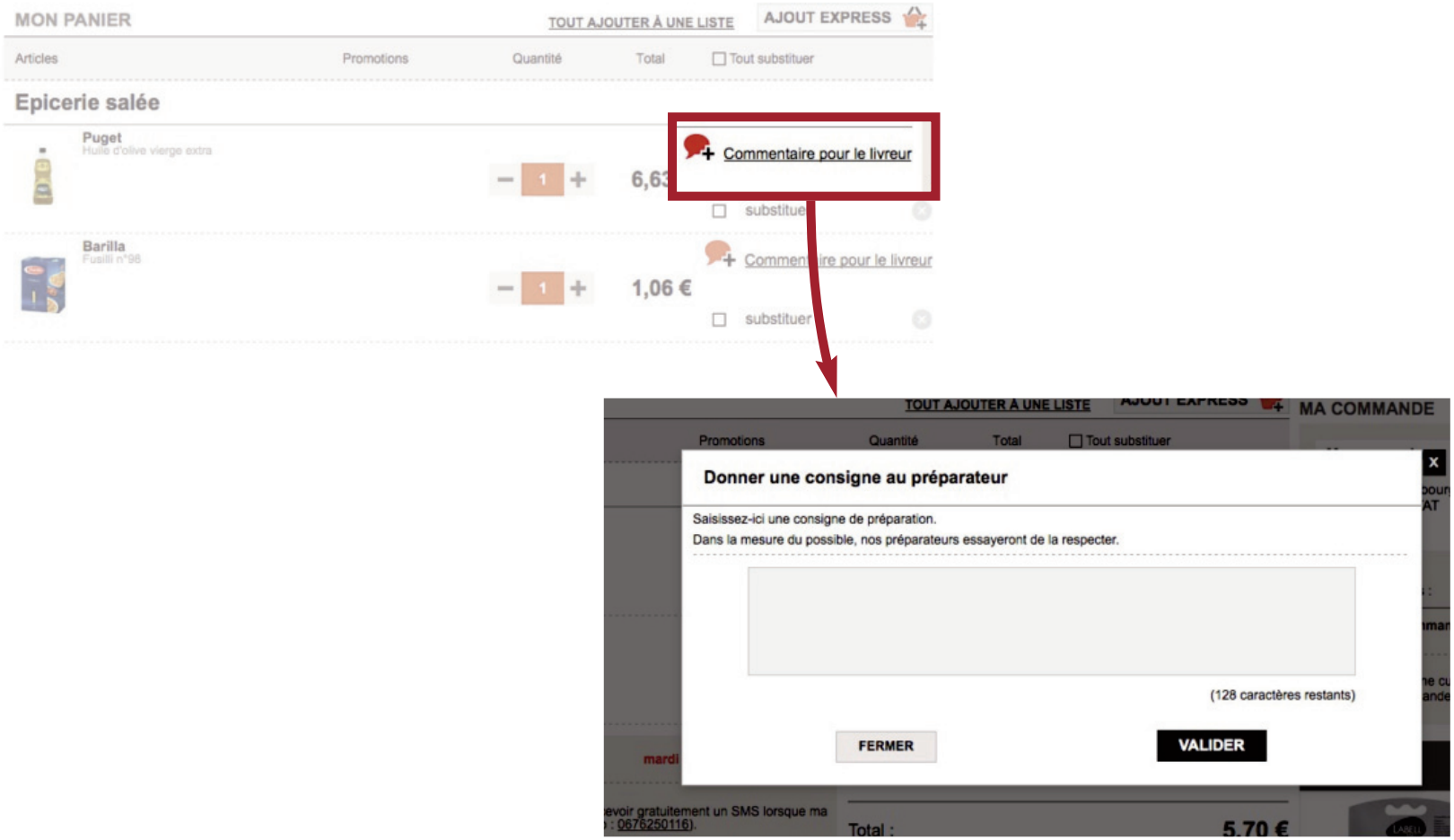
Avant



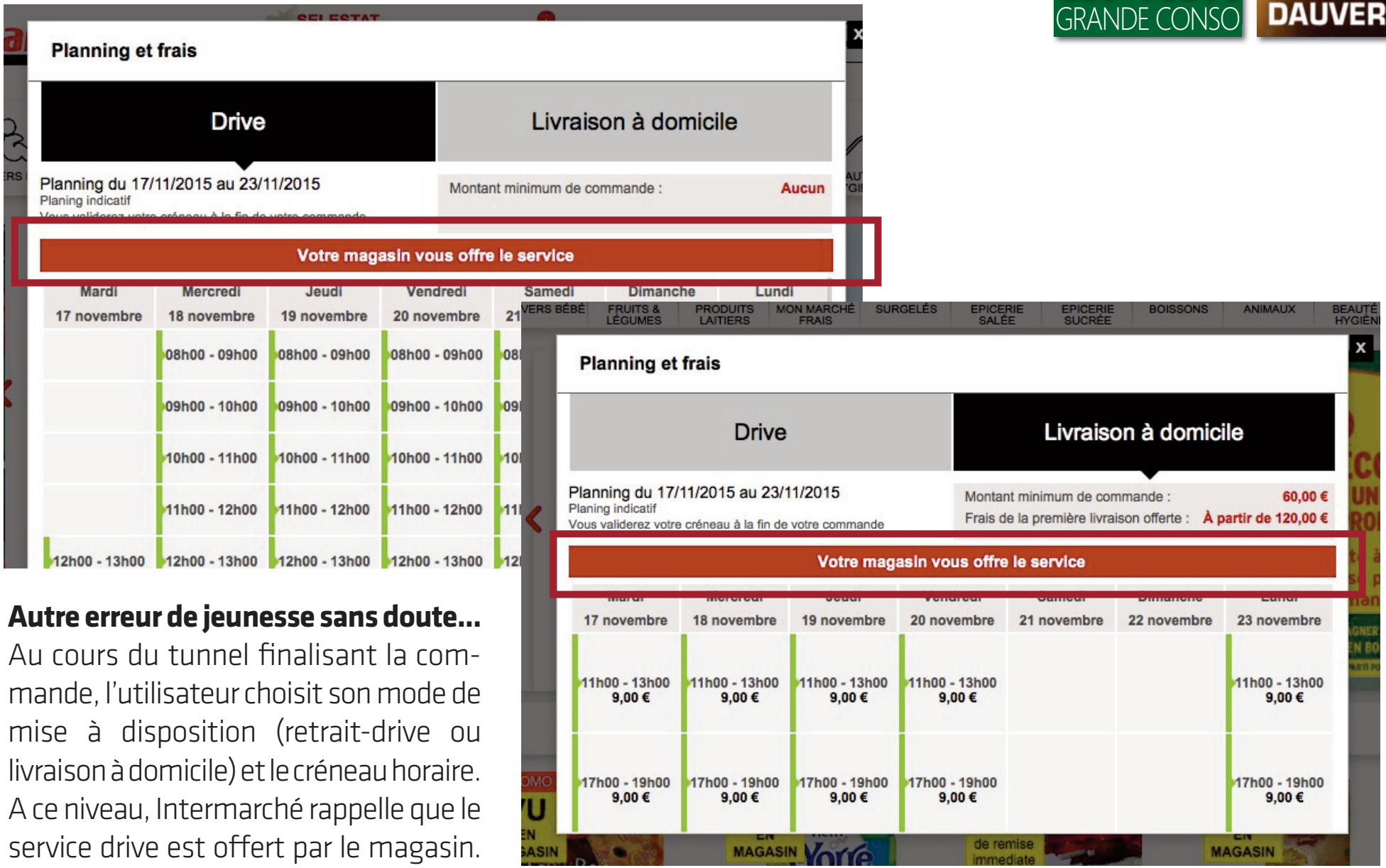
Après



Après avoir cliqué sur “aller en caisse“, au niveau du détail exhaustif du panier apparaît la mention “Ajout Express”. Une façon de faire des achats complémentaires depuis une fenêtre pop-up sans quitter la page panier. Une fonctionnalité recyclée de la précédente version du site. Intitulée “Navigation rapide”, celle-ci était précédemment disponible à tout moment dans le menu déroulant principal pour faciliter la navigation.



Au niveau du panier, pour chaque produit, il est possible de "donner une consigne au préparateur". A noter que cette fonctionnalité est accessible en cliquant sur le lien "Commentaire pour le livreur". Préparateur ou livreur ?



Autre erreur de jeunesse sans doute…

Au cours du tunnel finalisant la commande, l'utilisateur choisit son mode de mise à disposition (retrait-drive ou livraison à domicile) et le créneau horaire. A ce niveau, Intermarché rappelle que le service drive est offert par le magasin. Une précision qui apparaît également (malheureusement) pour la livraison alors que son coût est de 9 € !

Parce que

VOTRE TEMPS est PRÉCIEUX

Une fois par mois

20’ POUR SAVOIR **et comprendre**

LA VEILLE **GRANDE CONSO** DE RÉFÉRÉNCE

SIGNAUX ECO/CONSO

Démographie – Emploi – Epargne – Inflation
Pouvoir d’achat – Indicateurs macro-éco
Achats des ménages – Tendances conso
Etudes socio

RETAIL FRANCE

Le suivi des enseignes :
résultats, performances, benchmark, etc.

RETAIL WORLD

Le suivi des principales enseignes européennes et mondiales.

Pour recevoir un exemplaire découverte gratuit...

olivier@olivierdauvers.fr

éditions DAUVERS

éditions DAUVERS

Veille stratégique, études, livres, magazine, blog, production audio-visuelle

L'ÉDITEUR-EXPERT GRANDE CONSO

www.olivierdauvers.fr