



Vers plus de cross-canal tu iras



Diffuser le cross-canal, un commandement qui pourrait s'appliquer à toutes les enseignes. Pour continuer à prospérer, conjuguer digital et magasins physiques est une nécessité. Les distributeurs prennent le pas, chacun à leur rythme.

Des solutions pour parer aux coûts supplémentaires

Pour limiter ces frais, Ikea a mis sur pied un système de magasins «mère-fille»: «Le magasin de Hénin-Beaumont, plus petit que celui de Lille, qui est situé à une cinquantaine de kilomètres, peut par exemple proposer la livraison à J + 1 si un article n'est pas disponible. C'est possible, car ces deux points de vente ont le même directeur», explique Bertrand Sabat, manager e-commerce chez le leader de l'ameublement. D'autres s'appuient sur les flux habituels des magasins pour le click and collect.

Les casiers sont une autre solution émergente. Intermarché repousse ainsi les limites de plusieurs points de vente avec des consignes réfrigérées signées Epta, mises en place en dehors de ses magasins: «Nous avons développé un vecteur de vente additionnelle. En plaçant les consignes sur les trajets des clients, dans les centres économiques, les gares, etc., elles permettront de récupérer ses courses à tout moment, que ce soit du frais ou des surgelés», observe Cécile Marty, trade marketing manager chez Epta France. Pour les e-marchands aussi, les casiers représentent une opportunité supplémentaire. Amazon en a ainsi installé, en début d'année, dans le centre commercial So Ouest (92).



© FTOUR

ILLUSTRATION PHOTOF

Ritaglio stampa

Testata: LSA

Pagina: 70

Diffusione: 13743

Data: 9 Settembre 2016