



# Quels nouveaux services pour demain dans le secteur de la distribution ?

« Les français et le E-commerce »

3 nov. 2009, Intercontinental Paris, 16h00



# Sommaire

---

## 1<sup>ère</sup> partie : le Multi canal

- Les entreprises et le multi canal
- Epsilon et le multi canal

## 2<sup>ème</sup> partie : Nouvelle offre de la distribution

- Le store picking
- Epsilon et le store picking

# Les entreprises et le multi canal

---

## Les évolutions ...

- Forte diminution des ventes dans de nombreux réseaux de magasins
- Montée des ventes en ligne et nouveau comportement du consommateur
- Succès de distributeurs récemment présents sur le multi canal (exemple FNAC, Kiabi.com ) = le e-commerce peut représenter rapidement de 5 à 20 % des ventes.

## Les nouveaux enjeux...

- E-commerce : canal de vente devenu stratégique
- Hésitations à se lancer : concurrence réseaux magasins/ E-commerce, complexité nouvelle
- Inadéquation de la logistique BtoB à prendre en charge le BtoC

# Le multi canal est la réponse des Distributeurs aux nouvelles exigences des consommateurs

## Le Multicanal :

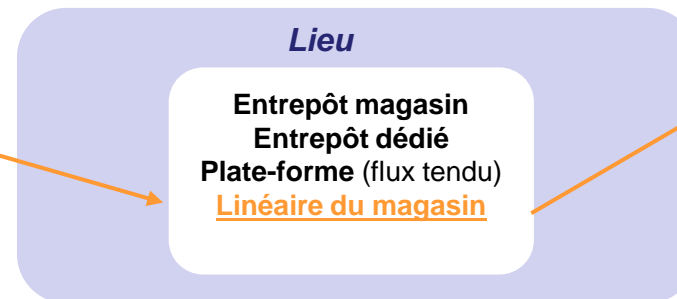
Les distributeurs proposent à leurs clients le plus grand nombre de choix possibles pour:

- acte d'achat : présenter leur offre et enregistrer la commande
- préparer la commande: lieu et méthode
- mettre à disposition la marchandise

### Acte d'achat

Linéaire magasin  
Catalogue papier  
Site internet  
Téléphone  
Télévision  
Autres ?

### Préparation de commande



### Mise à disposition

Passage en caisse  
Livraison à domicile  
Livraison point relais  
Retrait en magasin  
« Drive »  
Autres ?

# Le multi canal

---

- A côté des magasins réels, on crée un ou **plusieurs magasins virtuels**
- Les magasins virtuels sont **soit généralistes, soit spécialisés** : certaines gammes de produits ou certains types de vente ( catalogue, flash, privée, ...)
- Les **magasins virtuels** qui peuvent être **régionalisés**, au sens européen du terme

(exemple: à partir d'un réseau de magasins initialement français, créer des magasins virtuels « Belge », Suisse, Italiens, Espagnols, ....adaptés à chaque culture : une façon économique de créer une distribution internationale)

# Les nouveaux services

---

➔ **Le service de base:** analogue au service rendu par les « pure players » :

- Un site en ligne
- Des offres , avec un référentiel plus ou moins large, de type catalogue ou du type événementiel (type vente privée ou vente flash)
- Beaucoup de promotions avec des prix variables
- Toute commande est livrée dans un délai court (articles en stock) ou plus long (flux tendu)
- Livraison suivant tous types de formule : à domicile, en point relais, urgente, cadeau...

# Les nouveaux services (suite)

---

## → Les services liés à l'existence d'un réseau de magasins

L'idée générale est d'**offrir des services nouveaux**, possibles car il y a un réseau de magasins préexistant et donc d'être meilleur que les sites e-commerce « pure players ».

- **Le BtoB toC:**

Le client est dans le magasin, l'article qu'il souhaite n'est pas disponible (pas la bonne taille, couleur ou référence indisponible dans ce magasin)

**> Il commande l'article à une borne internet du magasin, paye son achat et se fait livrer chez lui ou dans le magasin**

# Les nouveaux services (suite)

---

- **Le BtoC toB**

Le client commande sur internet et profite des promotions du site

**> mais se fait livrer dans le magasin qui devient un point relais « spécial » dans lequel il peut essayer l'article, l'échanger ou se le faire rembourser (traitement simple du retour)**

Le magasin encaisse une partie de la marge de la vente et peut vendre des produits supplémentaires à ce client (motivation du réseau magasins pour l'ouverture internet)

# Les nouveaux services (suite)

---

- **Le BtoC toB avec la préparation en magasin**

**Le client commande sur internet, sa commande** qui n'est pas préparée en entrepôt mais **le jour même** dans *le magasin le plus proche de chez lui* (grande distribution généraliste ou spécialisée).

**> Le client soit va chercher sa commande (livraison gratuite) ou se fait livrer chez lui (livraison de proximité à faible coût)**

# **Epsilon**

**et**

# **le multi canal**

# La solution L4-Epsilon

---

L4 Epsilon a développé un système industriel de préparation de commandes .

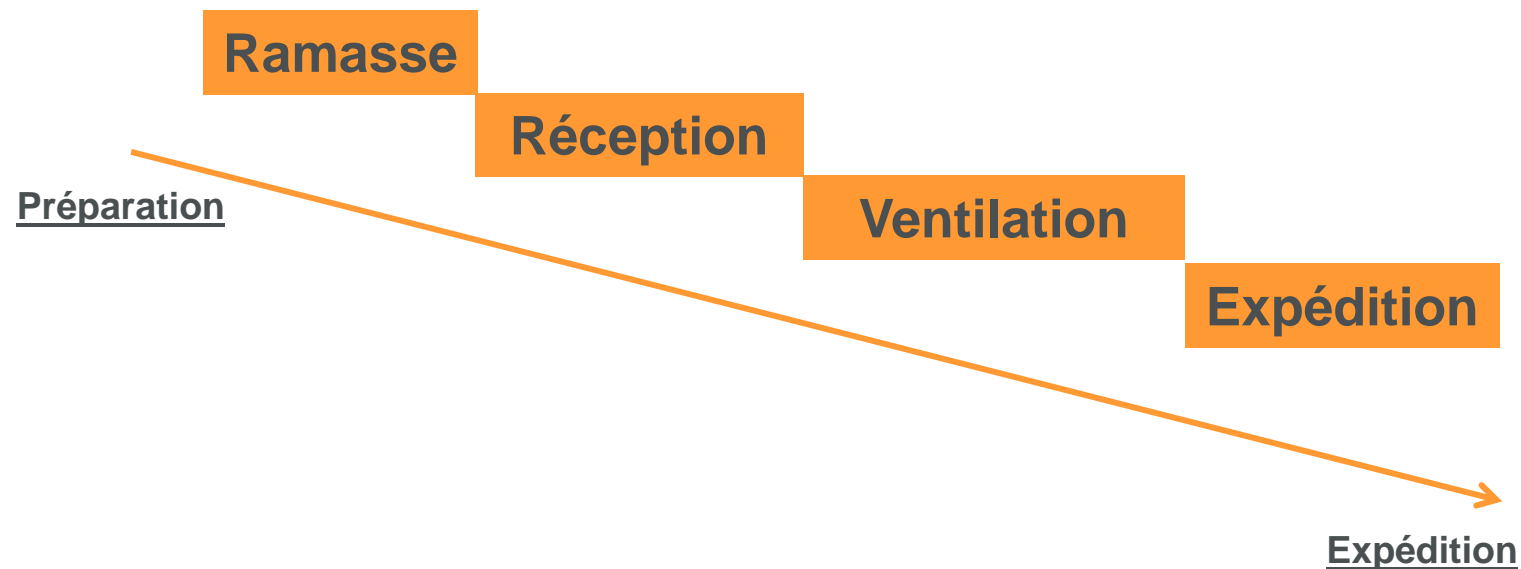
## Le principe :

Epsilon fonctionne à partir **d'une ramasse globale** de tous les articles en stock correspondants à l'ensemble des besoins nécessaire pour satisfaire les commandes à partir d'un approvisionnement fait **en flux tendu**.



Les articles sont triés successivement par groupe et sous groupes de commandes pour être ventilés en final dans des cases « commandes »

# Les étapes de préparation avec L4 Epsilon



# Le store picking

# La préparation de commande en magasin (le store picking)

## Le principe:

L'internaute passe sa commande sur internet  
La commande est transmise au magasin de son choix  
La commande est préparée par un employé du magasin à partir du linéaire  
Les produits sont emballés et mis en colis; le BL est imprimé  
Les colis sont livrés au domicile client ou mis en attente du retrait client.



# La préparation de commande en magasin

## (le store picking classique)

---

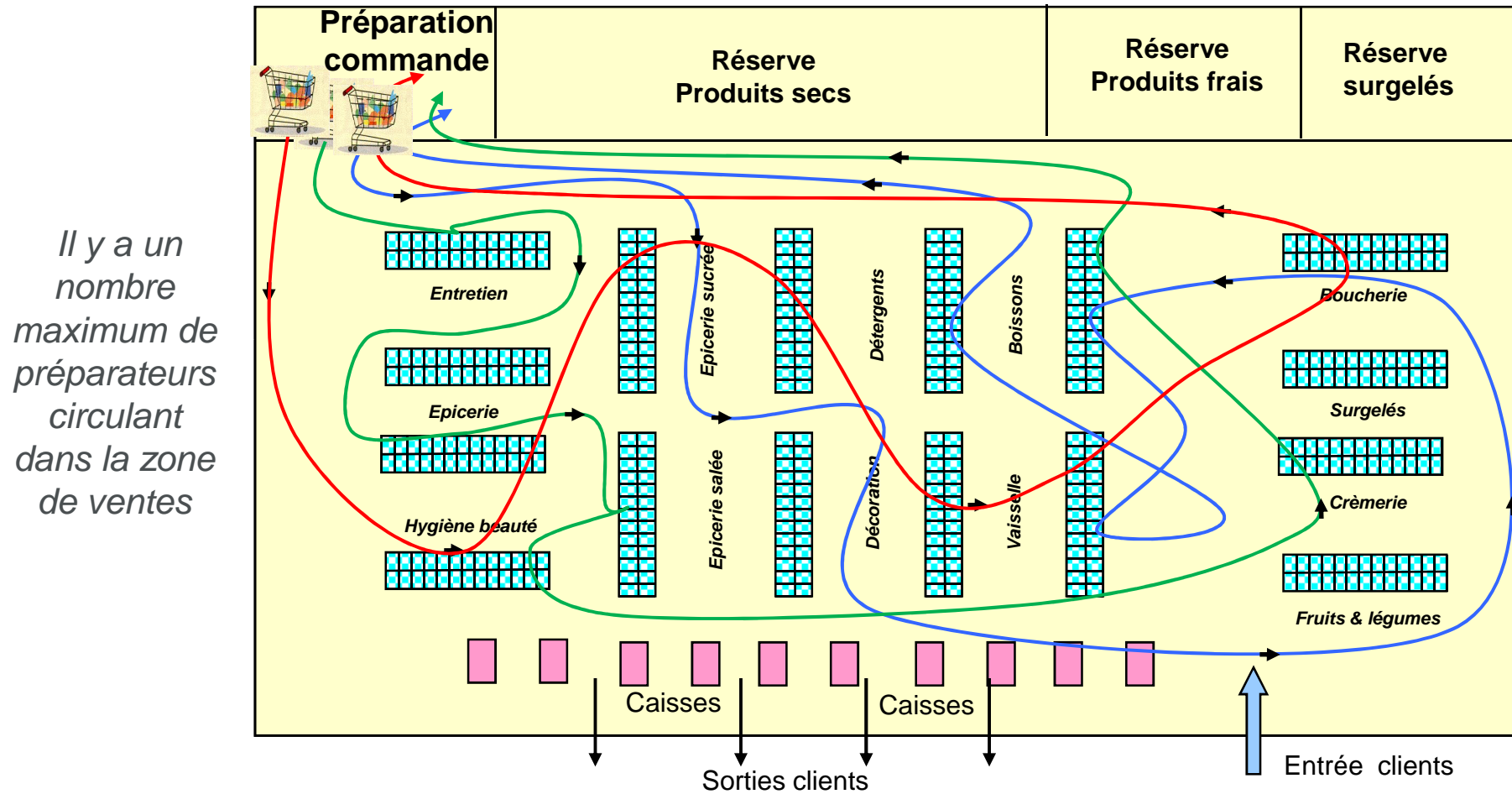
### AVANTAGES

- ✓ Facile et rapide à mettre en œuvre
- ✓ Acquisition rapide d'expérience multi-canal
- ✓ Fidélisation et acquisition nouveaux clients
- ✓ Equilibrage charge des 2 canaux
- ✓ Augmentation du CA du magasin
- ✓ Satisfaction clients
- ✓ Point de départ de la stratégie e-commerce

### INCONVENIENTS

- ✓ Gène possible des clients du magasin
- ✓ Cohabitation métiers commerce et logistique
- ✓ Surface disponible pour préparation et colisage
- ✓ Organisation livraison domicile
- ✓ Coût de la préparation et de la livraison
- ✓ Ruptures en linéaire
- ✓ Saturation de la capacité du linéaire
- ✓ Limite structurelle du modèle

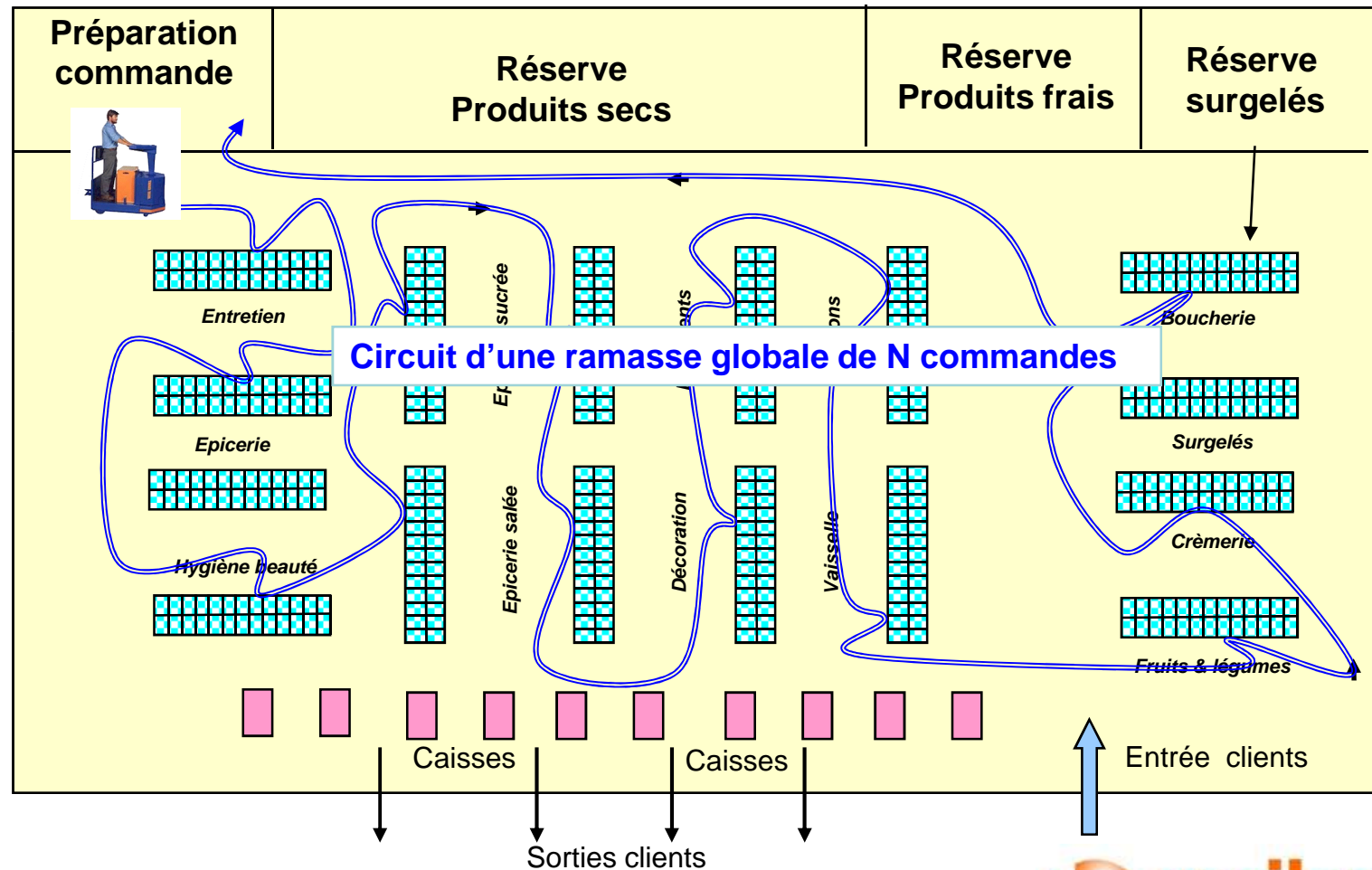
# La préparation de commande classique



# La préparation de commande avec Epsilon

## Etape 1 : la ramasse globale

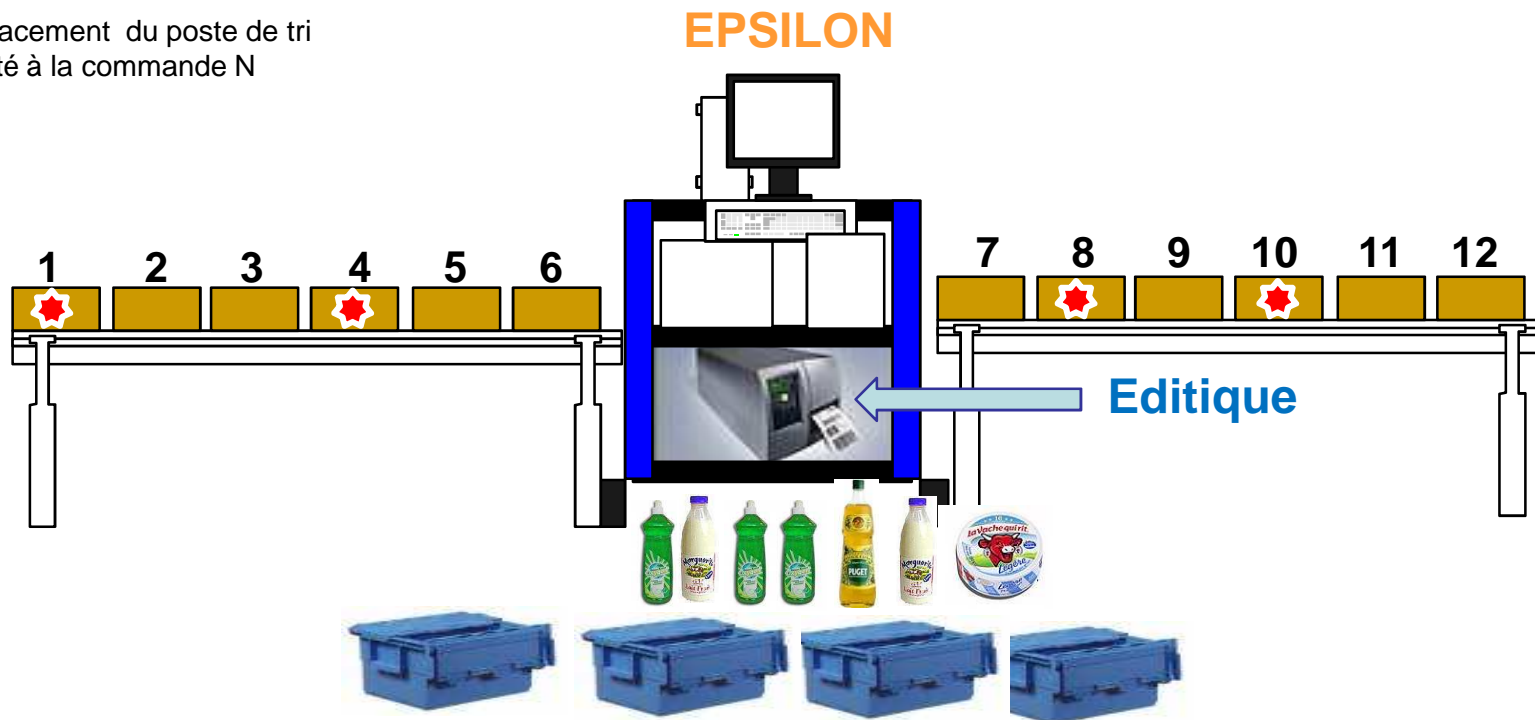
Il y a massification: le préparateur parcourt une seule fois la zone de ventes pour N commandes



# La préparation de commande avec Epsilon

## Etape 2 : le tri Epsilon      Epsilon trie la ramasse commande par commande

N  
■ Emplacement du poste de tri affecté à la commande N



Marchandise en vrac issue de la ramasse globale en quantité nécessaire et suffisante

# Les avantages de la solution Epsilon

---

- Gain de productivité de 30%
- Zéro erreur
- Ramasse possible en réserves pour les produits lourds
- Gestion des substitutions (possibles grâce à la ramasse globale) pour éliminer les ruptures
- Réduction 50% présence préparateur en zone de ventes
- CA/m<sup>2</sup> internet = double du magasin
- Rapidité d'apprentissage et facilité d'utilisation
- Amélioration de la performance

# Ils nous font confiance



# Pour résumer

---

EPSILON est la **seule offre industrielle qui répond en standard** à toutes les combinaisons possibles d'achat, de préparation de commande et de livraison quels que soient votre point de départ et les évolutions de vos stratégies

**Grâce à ses performances, sa souplesse et sa fiabilité** Epsilon est **l'outil stratégique** de l'E-commerce et du multi-canal.

# Merci de votre attention

---



est un produit conçu, réalisé et distribué par L4-Logistics

**[www.l4-epsilon.com](http://www.l4-epsilon.com)**

**55 rue Tabuteau**

**78 532 BUC Cedex**

**Tel : 01 39 20 90 00**

**[info@l4-epsilon.fr](mailto:info@l4-epsilon.fr)**

