LES DOSSIERS
GRANDE CONSO

Dans les allées du nouveau Electrodepot Bruay (62)
avec Pascal Roche, fondateur de l'enseigne

[FÉVRIER 2016]

éditions DAUVERS

LE CONTEXTE

Dans l'histoire d'Electrodepot, Bruay est un magasin différent de tous les autres : c'est le premier ! Ouvert en 2004, sur 1 000 m², il était devenu plus que vétuste. Déplacé de quelques centaines de mètres (mais toujours sur la zone commerciale emmenée par Cora), il jauge désormais 2 000 m².

La visite commentée par le fondateur de l'enseigne, Pascal Roche, dans les pages suivantes.

→

" Chez Electrodepot, le sol est toujours en béton. C'est dans le concept ! Pas question de mettre du carrelage. Vous imaginez du carrelage dans un entrepôt ? "

" Non comptés les petits articles comme les cables ou le cross-merchandising par exemple, la gamme Electro-depot compte 1 000 réfs. C'est court, c'est vrai, mais c'est indispensable pour optimiser les volumes à la ligne et, en conséquence, proposer les meilleurs prix possibles ".

" Même si nous tenons à notre gamme courte de 1 000 articles, nous faisons rentrer des nouveautés ! Environ 50 à 60 par an. En revanche, si un produit rentre, un autre sort, c'est la règle ".

" Il n'y a pas de réserve dans un Electrodepot. Le stock est sur la surface de vente, dans le dépôt. La quasi-totalité de la surface disponible est ainsi dédiée au commerce ".

" Nous faisons la chasse au 9 comme dernier chiffre d'un prix ! Nos prix sont calculés au plus juste. Et le « plus juste » ne finit pas nécessairement par un 9 !"

" Il n'y a pas de promo chez Electrodepot. Nous sommes des tenants de l'everyday low price. En revanche, nous avons des « arrivages ». Il s'agit de lots de produits de marque, en quantité limitée ".

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

PLUS DE CHOIX !
sur www.electrodepot.fr

3 700410 336382

→2.5L A/A/C/E 78dB

→ PRIX EMPORTÉ

0000948119 AC/PE

59€98

dont 0€50 d'éco part. EEE

GARANTIE 2 ANS COMPRISE

CARACTÉRISTIQUES DU PRODUIT

CLASSE ENERGETIQUE/CONSO AN : A / 27.3 kWh
PERFORMANCE MOQUETTE/SOL DUR : C / A
PERFORMANCE FILTRATION/FILTRE : E / FILTRE HEPA
NIVEAU SONORE : 78 dB / POIDS 5.1 KG
CAPACITE DU BAC/SAC : 2.5 L / SAC N° PH95 + (928445)
RAYON D'ACTION UTILE : 5 M DE CABLE
ACCESSOIRES : SUCEUR/BROSSETTE/VARIATEUR DE VITESSE
DESCRIPTIF SUPPLEMENTAIRE : TUBE METAL TELESCOPIQUE

ASPIRATEUR TRAINEAU : TELEFUNKEN HCAS-5

0000948119

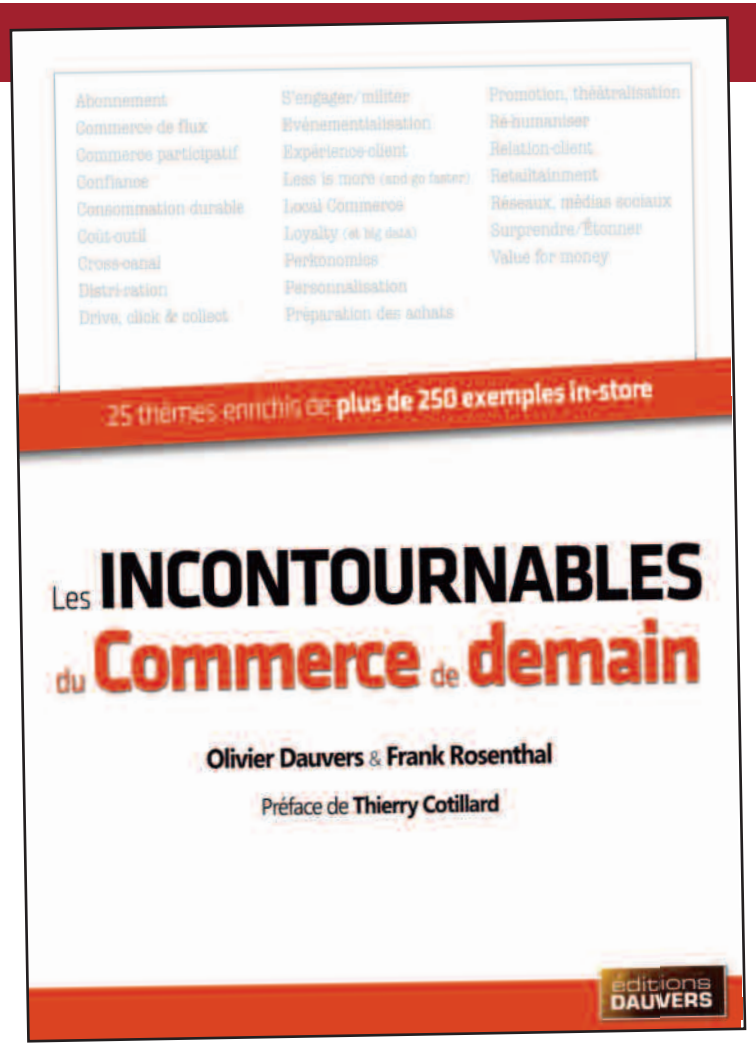
" Regardez bien le format de nos étiquettes : c'est juste un demi-A4. Les étiquettes sont imprimées sur des feuilles A4 prédécoupées et très facilement disposées en rayon. L'amélioration de la productivité, c'est aussi parfois de petites initiatives ! "

" Imprimer le code-barre sur plusieurs faces est également une source de productivité en caisses ".

PRIX DÉPOT
APN
" La chasse à la démarque est indispensable dans notre modèle économique. C'est vrai que le libre-toucher est aujourd'hui largement déployé sur le marché mais protéger nos modèles exposés permet d'abaisser la démarque ".

" Ces pointillés sur le sol sont l'un des marqueurs d'Electrodepot depuis l'origine. Il y a deux explications. D'abord, c'est une symbolique d'un entrepôt et ils participent à l'image d'entrepôt que nous voulons donner. Ensuite, ils accentuent visuellement la profondeur et donc la taillle (et la puissance) de notre dépôt ".

VIENT DE PARAÎTRE



308 pages, 32 €

Disponible sur
www.olivierdauvers.fr

(rubrique Shop)

Plus d'infos / Dégressifs pour commande en nombre :

romain.molay@editionsdauvers.fr

Identifier les incontournables du commerce de demain... Par principe, l'exercice est périlleux. Pour autant, le contexte dans lequel les commerçants auront à exercer demain est finalement assez aisé à décrire : exactement l'inverse de ce qu'ils ont connu depuis 30 ou 40 ans ! Au développement continu de la consommation a succédé en effet une phase de flatitude durable. Pas nécessairement une croissance zéro, mais notablement plus faible que dans les décennies précédentes. En parallèle, l'offre commerciale ne cesse de se développer, tant off-line qu'on-line.

Imaginer le commerce de demain peut se résumer en une question :

QUE METTRE EN ŒUVRE POUR ÊTRE PRÉFÉRÉ ? Quels sont les thèmes incontournables qu'il est nécessaire d'investiguer ? Nous en avons retenu 25 qui s'articulent en quatre ambitions : assurer ses fondamentaux, intégrer la révolution digitale, créer la différence et anticiper sur les filons de demain. Ces quatre ambitions étant, dans notre vision, le préalable à toute préférence.

Olivier Dauvers, Frank Rosenthal

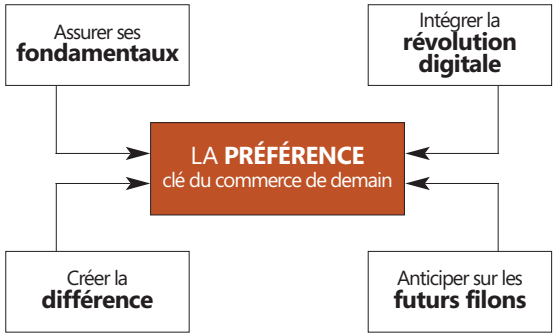
Un GUIDE FACILE À UTILISER

Pour chaque thème, une approche théorique (Ce que c'est ? Pourquoi c'est important ? Quels défis ? etc.) **et des exemples** pour alimenter votre p ropre réflexion.

Les 25 INCONTOURNABLES

Confiance
Coût-Outil
Expérience client
Loyalty (et big data)
Promotion, théâtralisation
Value for money

Commerce participatif
Cross-canal
Drive, Click & collect
Préparation des achats
Réseaux, médias sociaux



S'engager/militer
Perkonomics
Personnalisation
Relation client
Evénementialisation
Retailtainment
Surprendre/Etonner

Abonnement
Commerce de flux
Consommation et développement durable
Distri-ration
Less is more (and go faster)
Local commerce
Réhumaniser

éditions DAUVERS

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

L'ÉDITEUR-EXPERT GRANDE CONSO

www.olivierdauvers.fr