

Proxi News

La newsletter des magasins Proxi #4 octobre-décembre 2020

Édito

Événements

Les ventes en poupe

Vis ma vie

Du côté de chez vous



Édito



Préparez dès aujourd'hui 2021 !

➔ Nous voici dans la dernière ligne droite avant la fin de l'année ! Les mois à venir seront décisifs car ils constituent une véritable rampe de lancement pour démarrer 2021 dans des conditions optimales.

Nous sommes engagés dans un processus de modernisation de l'enseigne Proxi depuis quelques années. À ce titre, nous avons développé des outils numériques qui facilitent votre quotidien et améliorent la gestion commerciale. Pour en profiter pleinement, ayez chaque jour le « réflexe POP ». Votre nouvel intranet est la porte d'entrée prioritaire pour accéder à toute l'actualité commerciale (offres promotionnelles, actualisation merchandising, messages sanitaires, retraits produits...), à votre messagerie Gmail, au cadencier dynamique ou encore au logiciel Carla dédié à la logistique marchandise.

Notre offre sait s'adapter à toutes les typologies de magasins (ruraux, périurbains, urbains) et aux besoins de tous les clients grâce aux produits Carrefour. Mais également aux références Bio et Reflets de France, au développement d'une large gamme snacking, ainsi qu'à la dynamique de l'offre en fruits et légumes. Pour avoir la détention la plus appropriée à votre magasin et à votre clientèle, n'hésitez pas à faire appel au savoir-faire de votre délégué commercial. La clé de la réussite : ne jamais s'en tenir à des assortiments figés.

Enfin vous le savez, les services sont l'ADN de nos magasins de proximité et certains, comme Relais Colis ou To Good to Go par exemple, ont cet avantage d'offrir une grande visibilité à votre commerce. En profiter sera pour vous une véritable valeur ajoutée.

Je vous souhaite, au nom de toutes les équipes, un excellent dernier trimestre et une bonne fin d'année.

Arnaud Alix,
Directeur régional Proxi



DANS CE NUMÉRO



Événements
POP : le portail qui fait boum !



Ventes en poupe
Fruits et légumes, comment faire fructifier votre rayon ?



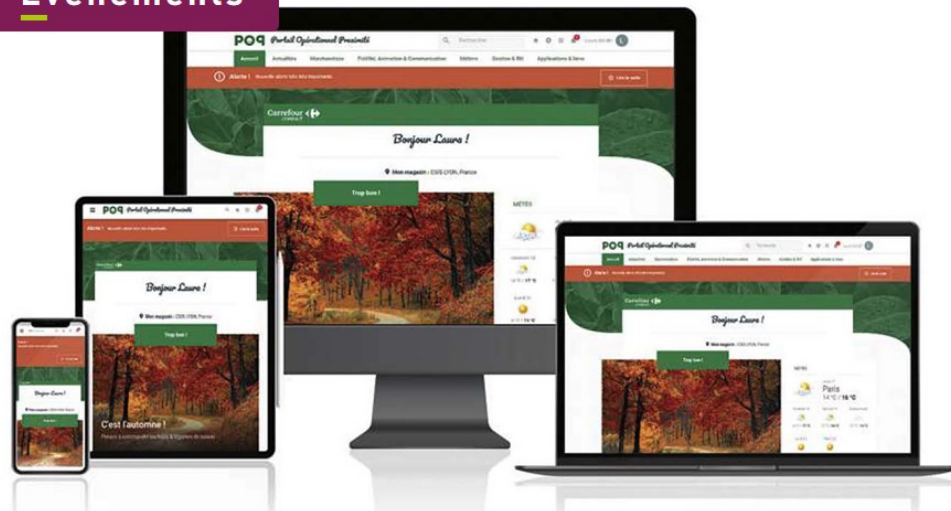
Vis ma vie
Quincy-Voisins, une offre de services très diversifiée



Du côté de chez vous
Passage de relais entre délégués commerciaux



Événements



Outils numériques

POP : le portail qui fait boum !



Véritable porte d'entrée vers toutes les informations et outils nécessaires à la bonne marche de votre magasin, POP est l'intranet nouvelle génération qui vous simplifie la vie en un clic.

POP, pour « Portail Opérationnel Proximité », c'est le réflexe que vous devez avoir tous les jours pour ne pas passer à côté de l'actu utile à votre commerce. Informations produits, innovations, logistique, animations... Vous êtes au fait de toute l'actualité qui vous aide à anticiper et à faire grandir votre affaire. Outre les flashes infos quotidien, vous y trouverez, à la rubrique « Métiers » une foule de renseignements pour vous faciliter la vie : conseils informatiques, numéros utiles, formalités d'encaissement, procédures liées aux imprimantes et aux consommables, guides utilisateurs pour la livraison à domicile, pour créer des affiches de promotion...

Votre espace personnalisé vous permet de regrouper tous les liens permettant d'accéder directement et en toute sécurité à vos applications : votre boîte Gmail, au cadencier dynamique, au logiciel Carla, au service To Good to Go, etc.

Sur POP, vous retrouvez aussi chaque semaine *La lettre du commerce* (l'information hebdomadaire en termes de produits, animations, actualité régionale sur les fruits et légumes...) et votre newsletter *Proxi News* chaque trimestre.

Avec POP, c'est simple, tout est rassemblé dans un même espace. Plus besoin d'aller chercher l'information à plusieurs endroits. Votre Intranet est accessible via votre ordinateur, votre tablette, ou votre smartphone. Vous pouvez même créer un raccourci, pour plus de facilité. Pour cela, rendez-vous dans la rubrique « Métiers », et découvrez les « trucs et astuces ».

Enfin, si vous avez des suggestions pour améliorer encore le portail, s'il vous manque des outils ou des informations, n'hésitez pas à nous faire part de vos remarques via la boîte à idées !

“Avec POP, c'est simple, tout est rassemblé dans un même espace.”



Animation

Opération de Noël



Grand jeu de Noël dans les magasins Proxi inscrits, du vendredi 18 au dimanche 27 décembre. À gagner des écouteurs sans fil intra-auriculaires ! Cette opération

est relayée par des affiches, mobiles ainsi qu'une vitrophanie. De quoi créer une belle animation à l'occasion des fêtes !

Équipement

Le nouveau look Proxi



Parce que nos clients accordent une importance particulière au port de la tenue, pour la rentrée, de nouvelles tenues professionnelles siglées Proxi sont proposées à la commande. La gamme s'est élargie (polo manches courtes ou longues 100 % coton, veste polaire zippée, tablier à bavette, gilet multi-poches, doudoune sans manche) et le design est sobre et chic (teintes noires

ou grises). Pour obtenir un article, c'est très simple : le nouveau catalogue ainsi que les bons de commande se trouvent sur votre intranet POP ! Commandez vos tenues ici : <https://sites.lumapps.com/a/carrefour/proximite/commandes-des-tenues-de-travail-proxi>



Les ventes en poupe

Fruits et légumes, comment faire fructifier votre rayon ?

Le rayon fruits et légumes est stratégique pour le commerce de proximité. Vecteur de trafic, il porte l'image de fraîcheur du magasin et signe le professionnalisme de l'exploitant. D'où l'importance d'une gestion rigoureuse des produits et d'une offre de qualité. Carrefour Proximité met tout en œuvre pour vous aider à faire un sans-faute !



10 à 15 %

C'est la participation moyenne du rayon fruits et légumes au chiffre d'affaires d'un magasin Proxi.



+ 15,7 %

C'est la progression du marché alimentaire Bio en France en une année¹.

1 Données AgroMédia 2018.



300

Références en fruits et légumes proposées, en moyenne, par les entrepôts Carrefour Proximité.

1 Un service aux petits oignons

Dans le commerce de proximité, le rayon fruits et légumes est la vitrine du magasin. C'est pourquoi la qualité doit toujours être au rendez-vous.

La marchandise premium des entrepôts Carrefour, rigoureusement sélectionnée et contrôlée par le service agréage (taux de sucre, de jus, fermeté, aspect, etc.) vous garantit des produits au goût irréprochable. Les livraisons effectuées tous les deux jours si nécessaire sont un gage de fraîcheur. Par ailleurs, le service de télévente ouvert 6 jours sur 7, samedi inclus, dès 7 heures du matin, vous assure une relation commerciale privilégiée et un lien téléphonique constant. Les commandes peuvent également être passées par mail. Dans tous les cas, vos commandes faites la veille vous sont livrées le lendemain.

2 Le mix gagnant

Si le client recherche la qualité, il veut aussi avoir le choix du prix. La solution pour contenter tout le monde ? Proposer une gamme assez large de prix : quelques produits « locomotive » à 99 centimes (salades sucrine, tomates cerise, champignons, pommes de terre, brocolis) associés à une sélection de références Reflets de France à la qualité rigoureuse. Cela vous assure un mix de marchandises gagnant. N'oubliez pas non plus les fruits et légumes bio. Et, pour les fins de semaine, ne négligez pas les promotions sur des produits un peu moins quotidiens. En donnant à votre commerce une image de spécialiste, vous pouvez attirer plus de clientèle et réaliser de belles ventes.

3 Au top avec le PIF

Pour ne jamais vous tromper, suivez les conseils du PIF. Le « Pratique Info Filière » est un incontournable du métier qui vous est envoyé chaque mois et vous aide à constituer, au fil des saisons, un assortiment et une implantation au top. Bien sûr, vous pouvez aussi toujours compter sur les conseils des télévendeurs. Enfin, n'oubliez jamais que les consommateurs achètent avec les yeux et ne doivent pas être déçus. Soignez la présentation de vos rayons et triez régulièrement les produits. Les gens ne viennent pas chez vous pour acheter des fruits et légumes défraîchis ! Odeurs, couleurs, saveurs doivent toujours être les maîtres-mots de ce rayon.

4 Témoignage

Si le rayon fruits et légumes est le miroir du magasin, celui d'Ahmed Ait-Douche, exploitant du Proxi de Condé-Sainte-Libiaire (77) reflète un grand savoir-faire. Son îlot central fruits et légumes est un modèle du genre et représente entre 20 et 25 % du chiffre d'affaires de son magasin. Il témoigne : « Mon rayon fruits et légumes est placé à l'entrée du magasin. Je tâche d'en faire une bulle de fraîcheur qui donne instantanément envie aux clients de consommer. Je soigne tout particulièrement sa présentation en y disposant des plantes naturelles, des panières en osier, et en veillant à ce que tous les produits soient toujours parfaits. D'ailleurs, je n'hésite jamais à jeter si nécessaire. J'incite aussi mes clients à se faire servir. Ils savent que si je choisis les produits pour eux, ils ne seront jamais déçus. En optant pour une livraison tous les deux jours, j'ai zéro stock. Les produits sont mis directement en rayon, sans passer par la chambre froide, ce qui me permet de toujours proposer des produits à bonne maturité. En fait, mon rôle est de mettre en scène les produits, de les valoriser, mais il faut bien sûr qu'en amont la qualité soit optimale. C'est ça le vrai secret ! »





Vis ma vie



Quincy-Voisins, une offre de services très diversifiée



Au Proxi Super de Quincy-Voisins (Seine-et-Marne), tout semble réussir à Saïd Zouaid, un exploitant très aguerri qui développe son affaire avec succès. Est-ce la proximité de Disneyland Paris ? Récit d'un (quasi) conte de fées.



Quincy-Voisins (77) : 5 500 habitants



Reprise : 2017



Surface de vente : 280 m²



Ouvert 7 jours/7



Clients/jour : 380



Panier moyen/jour : 13 €

Qui a dit que la vie en région parisienne manque de chaleur ? À Quincy-Voisins, gros bourg distant d'à peine 50 kilomètres de Paris, règne une vraie atmosphère de village, bien loin de l'anonymat des « banlieues dortoirs ». Du coup, le magasin implanté depuis 1993 sous l'enseigne 8 à Huit, pile face à la mairie, au cœur du quartier commerçant, a su se constituer une solide clientèle au fil des années.

Transformé en Proxi Super, entièrement rénové et réaménagé (nouveaux meubles froids, gondoles neuves, comptoirs caisses modernisés) par Saïd Zouaid en 2017, il a encore conquis de nouveaux clients, heureux de trouver là tout ce dont ils ont besoin.

Au nouvel espace boulangerie, avec pas moins de 6 fournées par jour pour offrir du pain toujours chaud, s'est ajouté un point presse fourni : quotidiens, presse people, news magazines, guides de tourisme. À cela vient s'ajouter un beau rayon carterie, 6 mètres linéaires de surgelés, un îlot fruits et légumes soigné et un rayon frais en libre-service au top.

Il faut préciser que Quincy-Voisins possède un château entouré d'un vaste parc qui attire les familles le weekend et, surtout, qui est situé à 10 minutes en voiture de Disneyland Paris... ce qui en fait une commune touristique.

Une situation dont Saïd Zouaid a très vite su tirer parti. C'est ainsi qu'il a développé une large offre de snacking, a installé une machine à jus de fruits frais et a mis à disposition un micro-ondes. Et ça marche fort !

« Dans ce métier, il faut toujours avancer, réfléchir. Se remettre en cause si quelque chose ne fonctionne pas, et trouver la bonne solution. »

C'est simple, tout ce qu'entreprend notre commerçant expérimenté séduit ses clients qu'il n'hésite pas à livrer, si besoin. Comment expliquer ce prodige ? « Mon magasin compte environ 7 000 références. Chaque fois qu'un client me demande un nouveau produit, je le commande sur mon cadencier. Comme ça, au fur et à mesure, je peux contenter tout le monde et les gens ne partent pas ailleurs » explique-t-il tranquillement. Avant de préciser : « dès que je propose de nouveaux produits, ça y est, les gens accrochent. J'ai introduit le bio et maintenant mes clients veulent tous du bio ! ». Magique on vous dit... Mais pas que !

Fils d'épicier, Saïd Zouaid a toujours exercé le métier de commerçant. Comme employé, longtemps, et comme propriétaire-gérant depuis 3 ans. Il connaît tous les arcanes de la profession. « C'est un métier difficile qui nécessite beaucoup de patience et de ténacité si on veut réussir » tient-il à préciser. « En fait, il faut toujours aller de l'avant, réfléchir. Si quelque chose ne fonctionne pas, il est important de se remettre en cause, trouver la bonne solution. Anticiper les besoins. » Mais où s'arrêtera-t-il ?



Du côté de chez vous

Passage de relais entre délégués commerciaux

3 Questions à...

Daniel Clément, délégué commercial Proxi durant 16 ans, a pris sa retraite en août 2020. Avant de tourner la page, il a tenu à transmettre son savoir professionnel à son jeune remplaçant, Guillaume Laval. Ce passage de relais entre générations montre que l'enseigne Proxi se modernise tout en sachant capitaliser sur les bonnes pratiques et l'expérience.

1 Quel est votre parcours professionnel ?

Daniel Clément : Toute ma carrière s'est déroulée dans la distribution. J'ai débuté très précisément le 1er août 1972 dans une société appelée les Coopérateurs de Champagne. À la logistique, tout d'abord, comme préparateur de commande, puis responsable réception. Je suis ensuite passé au service des ventes, en tant qu'inventoriste avant de devenir inspecteur et d'être responsable d'un secteur de 32 magasins. En juin 1993, j'ai rejoint le groupe Promodès comme responsable de secteur (8 à Huit) et, en octobre 2004, je suis devenu délégué commercial Proxi.

Guillaume Laval : Lorsque j'étais en école de commerce, je travaillais l'été chez Carrefour Express. C'était un job d'étudiant. Une fois diplômé, j'ai intégré Carrefour Proximité, début 2016, en qualité de marchandiseur. Je suis ensuite passé chef d'équipe marchandiseur avant qu'on ne me propose, le 15 juin dernier, de devenir délégué commercial et d'être en binôme avec Daniel jusqu'au 1er août !

2 Quelle est votre conception du métier de délégué commercial ?

D. C. : Ce métier est passionnant ! Bien sûr, on est garant d'un secteur commercial, on a des objectifs à tenir, il faut être en veille constante vis-à-vis de la concurrence mais, au-delà de ça, il y a surtout des histoires d'hommes et de femmes. Des exploitants que l'on accompagne au quotidien et pour lesquels on doit être en mesure de fournir des conseils tous azimuts. Que ce soit sur l'assortiment mais aussi sur le plan commercial, juridique, administratif. Et puis, il y a les créations et les reprises de magasins pour lesquelles on intervient sur l'aménagement, le choix des matériaux, l'implantation, les assortiments... Aucune journée ne ressemble à la précédente.

G. L. : Le délégué commercial est la « courroie de transmission » entre les services support, la direction régionale et les exploitants de son secteur. Il doit être présent au quotidien auprès d'eux, pour répondre à leurs questions, les conseiller au long cours, et aider chacun à développer son chiffre d'affaires.

3 Comment vivez-vous ce passage de relais ? Qu'en attendez-vous ?

G. L. : Ces presque deux mois passés avec quelqu'un d'aussi aguerri que Daniel sont une chance pour moi. L'assurance d'être opérationnel lorsque je prendrai mes nouvelles fonctions. Ensemble, nous visitons les magasins un par un (à raison de 3 à 6 par jour) afin de rencontrer chaque exploitant, de connaître son histoire, sa façon de travailler, ses spécificités. Avant chaque visite, Daniel me briefe. Et moi... je le bombarde de questions, je prends des notes ! Il faut avoir des connaissances très étendues pour bien exercer ce métier. J'ai déjà appris beaucoup de choses au contact de Daniel et je sais que j'en apprendrai encore !

D. C. : Je fais confiance à Guillaume. Les bases du métier, il les a déjà très bien intégrées. Ce que je souhaite avant tout, durant cette période de transition, c'est que tous les dossiers soient au clair pour qu'il démarre sur de bonnes bases et soit pleinement disponible pour les exploitants de son secteur. Je tâche de lui transmettre l'historique de chaque magasin dans le moindre détail. À partir du moment où l'on connaît bien les personnes que l'on a en face de soi, les choses sont beaucoup plus simples. Nous sommes sur un excellent secteur et mon vœu le plus cher est que cela continue ainsi. Guillaume sait que dans les mois à venir, s'il se pose des questions, je serai toujours disponible pour lui répondre.

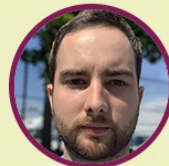


Daniel Clément

Ancienneté : 48 ans

Postes occupés : préparateur de commande, responsable réception, inventoriste, puis inspecteur des ventes aux Coopérateurs de Champagne ; responsable de secteur 8 à Huit, délégué commercial Proxi.

Sa vision du métier : le métier a beaucoup évolué en 15 ans. Nous travaillons maintenant avec des exploitants qui vont de l'avant, qui ne sont pas figés dans leurs pratiques. C'est passionnant de les accompagner.



Guillaume Laval

Ancienneté : 4 ans

Postes occupés : marchandiseur, chef d'équipe marchandiseur, délégué commercial Proxi.

Sa vision du métier : C'est un métier très enrichissant car on suit les magasins sur le long terme. On peut ainsi voir leur évolution et apprécier les efforts fournis par chacun.

Direction régionale Paris :

1 directeur,
4 délégués commerciaux,
2 délégués expansion,
1 assistante d'enseigne