

Proxi News

La newsletter de vos magasins

#16 OCTOBRE-DÉCEMBRE 2023

Événements

Les ventes en poupe

Vis ma vie

Du côté de chez vous

Dans ce numéro



À la une

Proxi et Capfun : c'est signé !

Carrefour Proxi et Capfun sont désormais officiellement partenaires : leur accord a été signé cet été 2023, après un an d'échanges et de réflexion commune. Une dizaine de magasins Proxi ont d'ores et déjà ouvert dans les campings Capfun. Cette entreprise familiale historique, créée en 1992, possède un parc de 210 campings en Europe dont 180 en France. L'enseigne Proxi s'est avérée présenter pour Capfun la formule idéale de distribution de proximité « à la carte » adaptée aux différentes tailles, infrastructures et situations géographiques des campings de l'enseigne. Les boutiques pourront en effet ajuster leur offre, leurs gammes de produits et leurs prix de vente au plus près des besoins des vacanciers. Une panoplie de services variés complétant l'alimentation pourra également être mise à leur disposition pour répondre à la demande : dépôt de pain, point chaud viennoiserie, machine à café avec coin snacking, charcuterie ou fromage à la coupe, etc.



100 %

Intégrée et familiale : la chaîne Capfun est propriétaire de ses campings et veille à une qualité identique de prestation sur tout le territoire. Le concept : un hébergement familial tout confort (de l'emplacement au mobil-home en passant par la cabane dans les arbres et la villa complète) associé à des animations, des bassins de baignade et de loisirs aquatiques, ainsi que des parcs de jeux originaux pour les enfants.

120

campings Capfun

C'est le nombre de campings que compte le réseau en 2023, dont cinq en Espagne et en Belgique.

1,5 M

de vacanciers

sont accueillis chaque année, avec une capacité d'accueil par camping de 1 000 à 5 000 personnes.

Proxi

Accueil

Événements

Les Ventes en poupe

Vis ma vie

Du côté de chez vous

Archives

Télécharger en pdf

Contact

Proxi News

La newsletter de vos magasins

#16 OCTOBRE-DÉCEMBRE 2023

Évènements

Les ventes en poupe

Vis ma vie

Du côté de chez vous



Évènements

Outils

Dynacad



Le cadencier dynamique Dynacad, largement adopté par les magasins, évolue toujours davantage vers plus de personnalisation.

L'outil offrait déjà un accès complet à l'ensemble du catalogue des marchandises disponibles dans les entrepôts Carrefour, avec un affichage des visuels des produits, des conditionnements proposés, prix de vente conseillés, gencods et codes IFLS ; il permettait aussi, depuis deux ans déjà, de commander l'intégralité des articles et de connaître en temps réel les niveaux de stocks, les prix d'achat, et les jours de livraison. Il offre également désormais à ses utilisateurs un usage sur-mesure. Le Dynacad nouvelle génération permet en effet de constituer sa propre liste de favoris, prend en compte les encours de commande et proposera bientôt des « flags » personnalisables pour guider et faciliter la commande, suggérer des recommandations d'assortiment et une sélection de produits en fonction du profil du point de vente, de sa clientèle et son type de configuration. Autre évolution en projet, un algorithme intelligent va permettre à l'application, lorsqu'un produit est indisponible ou en stock insuffisant, de proposer des articles de substitution dans la même catégorie.

Le chiffre qui dit tout :

Dynacad connaît un succès croissant auprès des magasins de proximité du Groupe : sa fréquentation atteint 3400 personnes/jour en 2023.

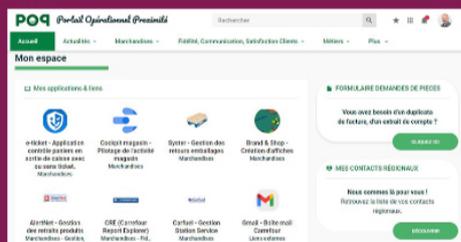


Messagerie POP

Une adresse mail unique pour mieux communiquer



Grâce à POP, tous les Proxi disposent aujourd'hui d'un espace virtuel centralisant toutes les informations et outils nécessaires à la bonne marche de leur magasin. Il était temps d'utiliser à 100% les services offerts par votre intranet, à commencer par sa messagerie. C'est pourquoi, depuis juillet 2023, tous les documents administratifs (extraits de compte, duplicatas de factures de prestations, relevés de factures), de même que les notifications automatiques de Carrefour, sont adressés uniquement à l'adresse mail professionnelle Carrefour des utilisateurs, libellée comme suit : « prénom_nom@magasinproxi.fr ». C'est cette même adresse mail qui devra être utilisée dans l'encadré "Formulaire demandes de pièces" en bas de la page d'accueil POP, pour remplir votre Google Form de demande de pièce. Tous vos échanges concernant la facturation sont ainsi regroupés sur cette seule adresse, ce qui permet de les sécuriser et de vous garantir une communication plus fluide sans déperdition des informations.



Accueil

Évènements

Les Ventes en poupe

Vis ma vie

Du côté de chez vous

Archives

Télécharger en pdf

Contact





Les ventes en poupe

Les valeurs sûres de l'automne

Du côté des fruits et légumes, des confiseries et des spécialités d'automne.

137 €

C'est la somme que les consommateurs disent dépenser en moyenne chaque mois en produits du commerce de proximité (supérettes, boulangeries, boutiques de prêt-à-porter, restaurants, salons de coiffure...)*. Et ils sont près d'un sur deux (47%) à déclarer préférer s'y rendre pour faire leurs achats au détriment des grandes surfaces, une proportion en hausse de deux points par rapport à l'an dernier.

*Étude du réseau français American Express en France, rapportée par Le Figaro le 27/06/2023.



1 La vigne, star d'octobre

Le 4e trimestre est une période de transition délicate pour les fruits, entre l'été indien d'octobre qui s'étire et prolonge les envies de fruits d'été - quand melons, pastèques et tomates ne sont déjà plus disponibles - et les premiers froids de l'automne qui donnent des idées de tartes aux pommes. Le sauveur du moment est le raisin, qui jette un pont entre les deux saisons dans ses nombreuses variétés : en raisin noir, l'Alphonse Lavallée (gros grains noirs ferme et juteux à la peau épaisse), et le Muscat (petits grains noirs bien sucrés à la peau fine) sont récoltés jusqu'à mi-octobre. En raisin blanc, le Chasselas avec ses belles grappes dorées et l'Italia reconnaissable à ses grosses grappes jaune-blanc, craquantes et juteuses sont présents jusqu'à fin octobre. Ils sont incontournables dans vos assortiments !

2 Le plein de cucurbitacées

En octobre-novembre, à côté des légumes de la soupe et du pot-au-feu (carottes, navets, poireaux), les courges de toutes sortes envahissent les étals : courges butternut et courges spaghetti, potimarrons, potiron en tranches, mais aussi patidou vert et blanc à la saveur de châtaigne ; le truc en plus : assortissez vos cucurbitacées d'idées recettes en flyers ou étiquettes pour inciter à l'achat, comme celle de la carbonara végétale pour la courge spaghetti ! Pour Halloween, n'oubliez pas non plus les citrouilles Jack O' Lantern, qui serviront, comme leur nom l'indique, de lanternes sur le seuil des maisons. A l'approche des fêtes de fin d'année, ne laissez pas dans leur coin les légumes anciens (rutabaga, panais topinambours) et les fruits à coque (noisettes, noix, châtaignes) qui s'inviteront dans les menus de réveillon.

3 Cocktail de fruits d'hiver

Débarquées dès septembre, à côté des pommes de saison, les mandarines continuent de régner tout l'hiver. En novembre, c'est au tour de la clémentine de Corse, la seule et unique clémentine française, de s'installer. En décembre, la clémenvilla qu'on reconnaît à sa peau fine est prête pour décorer les tables de Noël aux côtés des clémentines, des kakis et des fruits exotiques qui font leur rentrée -c'est l'été dans l'hémisphère sud- : litchis, pomelos chinois, grenades, fruits de la passion, ramboutan, physalis... et bien sûr, ananas, bananes et mangues.

4 Confiseries d'Halloween

Les bonbons d'Halloween, Haribo et Kinder en tête, sont des produits d'appel à ne rater sous aucun prétexte la dernière semaine d'octobre. Dès le début du mois, anticipez en préparant vos animations pour fêter l'événement. N'hésitez pas à décorer votre magasin avec vos boxes de confiserie et toute une panoplie d'accessoires de décoration en assortiment.

5 Produits locaux de saison et surgelés festifs innovants

Côté spécialités locales, on fait de la place au Kouign Amann breton Reflets de France pour les goûters d'après-midi pluvieux, aux saucisses de Morteau ou de Montbéliard et au Petit Salé pour les choucroutes et les cassoulets, à la raclette et au reblochon de Savoie pour les tartiflettes. Dans les surgelés, Carrefour a développé une série d'innovations en petits grammages conçus spécialement pour les fêtes de fin d'année : on pourra trouver par exemple deux dômes saumon-avocat permettant d'afficher un petit prix rassurant pour les clients. « Anticiper avec quelques semaines d'avance, avec quelques produits en petits conditionnements comme le saumon, les noix de Saint-Jacques ou les bûches glacées montrera à vos clients que vous préparez les Fêtes, leur permettra de goûter les produits et les préparera à revenir le jour J », conseille Carole Morel, conseillère métier PGC.





Vis ma vie



Des pommes, des tables et des bicyclettes



Pour les habitants de Quetreville-sur-Sienne, dans la Manche (Normandie), le Proxi de Julie et Fabien Bloquet est un commerce alimentaire de proximité incontournable et bien plus encore : il leur offre, à côté de chez eux, toute une panoplie de services et de produits tout aussi accessibles que dans la grande distribution. Visite des lieux...



Proxi Super de Quetreville-sur-Sienne, 2 rue des Travers, 50660 Quetreville-sur-Sienne



Création :
26 novembre 2021



Surface de vente :
220 m²



Ouvert 7j/7, de 8h à 20h
et le dimanche de 9h à 13h



Clients/jour :
175



Panier moyen/jour :
13 €

Voilà déjà deux ans que Julie et Fabien Bloquet se sont installés dans leur beau Proxi de Quetreville-sur-Sienne, un bâtiment de 220 m² construit par la commune, qu'ils ont élu pour son emplacement stratégique sur l'axe routier très fréquenté de Granville-Coutances, idéal pour démarrer une activité. « Nous avons emménagé sur place et démarré notre affaire fin 2021 », raconte Fabien. Lui et son épouse viennent de milieux totalement différents du commerce alimentaire : l'animation sportive et la voile nautique pour Fabien, la vente dans le prêt-à-porter pour Julie.

Mais le couple avait envie de changer, de se lancer dans une aventure à deux qui leur offre à la fois la stabilité et un métier qui bouge, en contact avec la clientèle. Quetrevillais eux-mêmes depuis vingt ans, ils ont saisi l'opportunité de reprendre l'ancien Proxi du bourg, déménagé et modernisé, et ne regrettent rien. Leur supérette s'enorgueillit d'un bilan en progression constante, qui leur a permis de recruter une personne employée à plein temps, puis une autre à mi-temps, pour ouvrir tous les jours, dimanche compris. Leur magasin offre aujourd'hui tout le nécessaire en alimentaire, des rayons bien achalandés en produits locaux, mais aussi un panel conséquent de produits non alimentaires, des fleurs au charbon de bois, stocké en réserve. Un panier « La Box » déborde d'articles divers tentateurs à petits prix : jouets, arts de la table, accessoires de cuisine...

« Certains produits conviennent mieux aux hypers, mais on en trouve qui nous 'parlent'... auquel cas, on mise sur la (bonne) surprise proposée au client, tout en prévoyant un plan B au cas où ils ne partiraient pas ! »

Après quelques mois d'ouverture, le couple s'est intéressé aux perspectives de développement de leur offre que leur ouvrait le service Let's Connect. La plateforme leur a permis d'accéder à une grande diversité de produits non alimentaires, proposés à Proxi aux mêmes prix d'achat qu'aux autres points de vente du réseau, indépendamment de la surface des points de vente. L'autre atout pour eux : la possibilité de commander les articles de leur choix en petites quantités, voire à l'unité. Les produits peuvent ainsi afficher en rayon des prix compétitifs avec de plus grandes surfaces de vente. « Certains produits conviennent mieux aux hypers, mais on en trouve qui nous 'parlent'... auquel cas, on mise sur la (bonne) surprise proposée au client, tout en prévoyant un plan B au cas où ils ne partiraient pas ! », explique Fabien. Un exemple : le succès rencontré avec la vente de... trottinettes électriques, juste après l'ouverture du magasin ! « Nous en avons commandé deux. C'était aussi une publicité pour le magasin, pour faire l'événement. Nous avions prévu un loto au profit des pompiers, avec les trottinettes en guise de prix, si nous n'avions pas pu les écouler. Mais nous n'avons pas eu besoin de le faire : elles ont été vendues aussitôt que nous les avons mises en vente ! »

Les clients ont comparé les prix et considéré que nous étions bien placés... ». La deuxième année, tous deux réitérent l'expérience avec des vélos électriques : « Le plan B était cette fois un projet de location de vélos s'ils ne s'étaient pas vendus. Cela n'a pas été le cas, ils sont 'partis' à toute allure ! Mais la location reste une bonne idée, nous l'envisageons à long terme, comme un nouveau service à proposer... ». Dernière « grosse » vente Let's connect en date : un salon de jardin estival, avec une petite table 2 places très déco qui a conquis les clients. « Des opérations de ce type génèrent du chiffre d'affaires et de la fréquentation, c'est tout bénéfique pour nous ! ». Julie et Fabien ne sont jamais à court d'idées pour faire vivre leur commerce...





Du côté de chez vous

Aux côtés d'une responsable du service client

3 Questions à...



Ysmène Hoarau

Responsable commerciale du service client du Rheu (OUEST)

- **Ancienneté dans le groupe Carrefour** : 5 ans et 11 mois.
- **Postes occupés** : Responsable commerciale du service client, depuis 1 an.
- **Sa vision du métier** : « Du contrôle de commande à la relation humaine avec les magasins, nous sommes au four et au moulin : cela fait partie du métier. »

1 Quelles sont les attributions de votre service ?

Ysmène Hoarau : Il existait jusqu'à l'année dernière un service client dédié à la commandabilité des produits, et un service plus spécifiquement voué aux litiges sur la partie « supply ». Nous les avons fusionnés en octobre 2022 : cela se traduit pour les magasins par un seul numéro d'appel qui traite l'ensemble de leurs demandes, liées aux commandes ou à leurs livraisons. Issue du périmètre « supply », j'ai été appelée pour réorganiser ces deux pôles et prendre la responsabilité de l'équipe, qui comprend maintenant deux managers et 13 opérateurs.

2 Comment gérez-vous les demandes des magasins ?

Y. H. : Nous recevons les demandes par téléphone, email, ou via les dossiers Carla, que nous traitons au fil de la journée. Nous assurons de façon journalière le contrôle des commandes permanentes des magasins, en vérifiant leur conformité ainsi que leurs horaires de passage. Sur le périmètre proximité, nous sommes régulièrement sollicités par les magasins qui ont laissé passer la date ou l'heure limite de leur commande : nous intervenons en urgence sur ce type de demande et rattrapons dans la mesure du possible la situation. Malheureusement, quand une commande est trop en retard, il arrive que nous soyons obligés de décaler la livraison... Dans ce cas, nous appelons le magasin pour convenir d'une nouvelle date de livraison. Les magasins nous appellent aussi parfois lorsqu'ils ne parviennent pas à passer certaines références, et nous les y aidons. Nous assurons également des commandes exceptionnelles, pour des événements sortant des plannings habituels de livraison, après avoir vérifié la faisabilité auprès d'autres acteurs de la chaîne : transport, équipes entrepôt...

Mais notre activité ne se limite pas à la commande : nous réalisons le suivi des livraisons et garantissons les communications en cas de retard sur les livraisons. Et nous répondons aux questions des magasins sur les outils informatiques, les disponibilités de stock, les emballages...

Enfin, nous gérons la partie litiges pour tout incident de livraison. Les magasins nous déclarent un produit manquant, endommagé ou tous autres litiges. Nous enquêtons alors avec des procédures précises -auprès des entrepôts, des acheteurs, des livreurs, des équipes informatiques, des magasins de la tournée- pour solutionner le litige.

3 Comment faites-vous tout à la fois ?

Y. H. : Nous allons dans un premier temps prendre en charge les appels des magasins et traiter en urgence les demandes les plus critiques : par exemple, celle d'un magasin qui n'a plus d'électricité et qui ne peut plus recevoir de marchandise ou passer une commande. Pour les autres demandes, nous avons des procédures standardisées qui nous permettent de traiter les demandes dans les délais impartis.

Afin de rendre autonomes les magasins, lors de nos échanges, nous encourageons ces derniers à s'appuyer sur des outils qui sont mis à leur disposition, comme Dynacad (le cadencier dynamique), l'application supply Travis pour géolocaliser les camions de livraison et être prévenus par SMS en cas de retard, ou Syster pour déclarer la restitution de leurs emballages.

Mais nous ne négligeons pas l'aspect humain de notre rôle d'écoute. En tant que manager, je contrôle chaque jour nos scores de décrochage et les taux de résolution des demandes. Nos clients savent qui ils appellent, le nom des opérateurs est affiché sur les dossiers Carla. Lorsqu'un dossier est complexe ou que les appels sont plus importants, je n'hésite pas à donner un coup de main en appel à mes équipes et prendre le relais dès que nécessaire ! La gestion du relationnel et même de la relation émotionnelle font partie de ce métier.

