

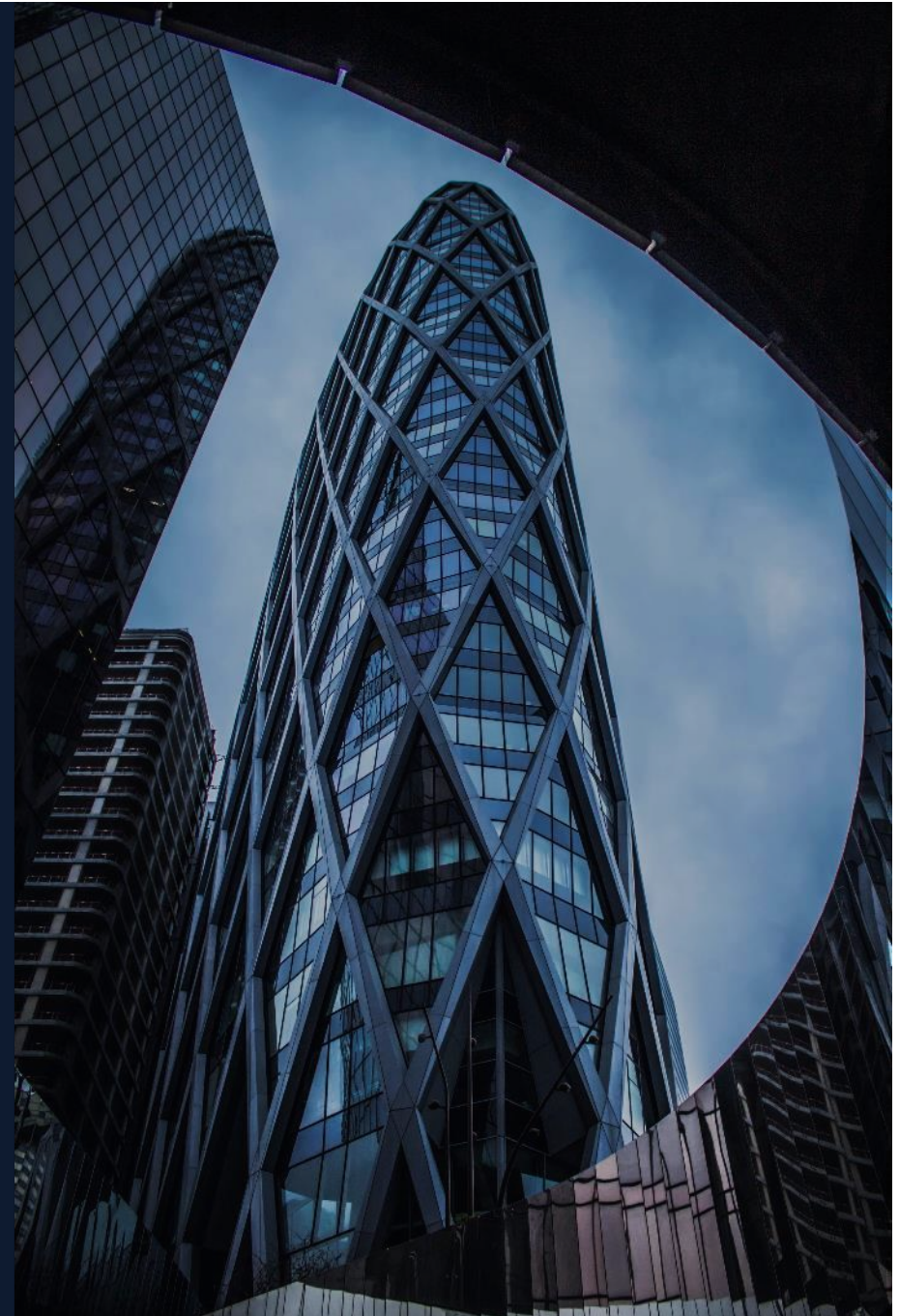


ESSEC  
Solutions Entreprises

# Synthèse

Comment optimiser son e-business avec le Click  
& Collect ?

— Février 2023



---

# Sommaire

1

Executive summary p. 03

2

Click & Collect overview p. 07

3

Intégrer le Click & Collect dans la stratégie marketing de votre entreprise p. 16

4

Les enjeux logistiques et organisationnels du Click & Collect p. 24

5

Mettre en place une stratégie de Click & Collect efficace : nos recommandations p. 30

# Executive summary



ESSEC  
Solutions Entreprises

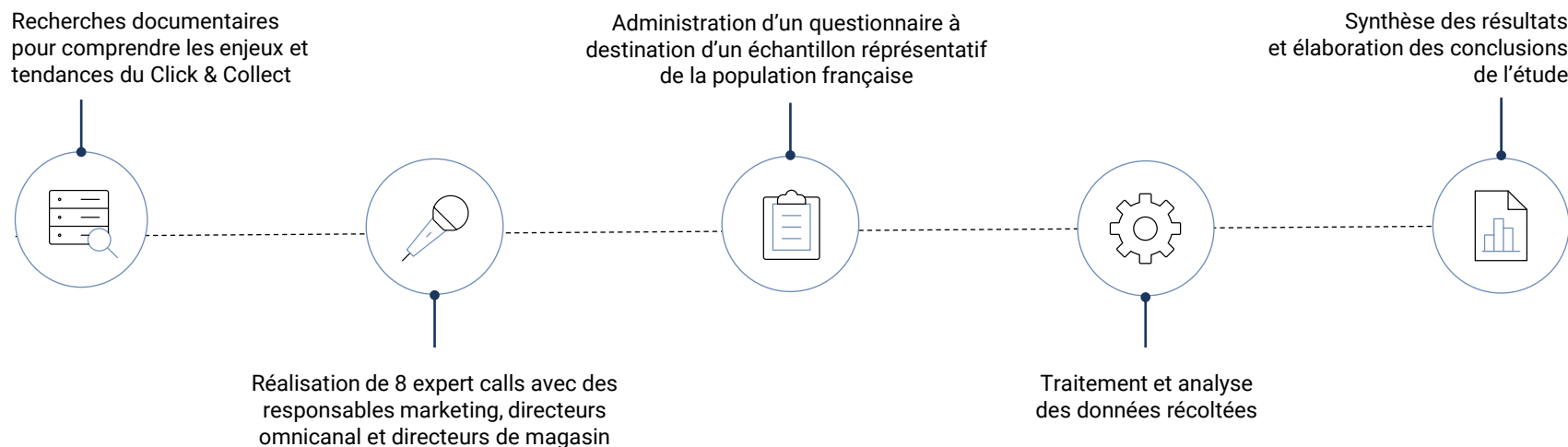


# Revue de la méthodologie et des entretiens réalisés

## Qu'est-ce que le Click & Collect ?

- > Le Click & Collect est un mode de livraison qui consiste à commander en ligne et à retirer en point de vente (*Web to store*). Il permet de **bénéficier de la visibilité de l'entreprise sur internet** tout en offrant une **expérience client complète** et confortable similaire à l'achat en magasin. Le Click & Collect a été proposé pour la première fois au Royaume Uni **par Argos en 2000**
- > Il s'appuie sur **une stratégie omnicanale** qui allie commerce en ligne et accueil en magasin afin de satisfaire tous les segments de la clientèle

## La méthodologie adoptée par ESE



Les entreprises interrogées

**celio\***

SEPHORA

MAISONS  
DU MONDE

**IKEA**®

Carrefour

fnac

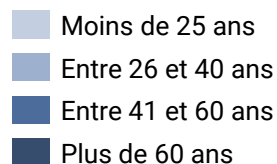
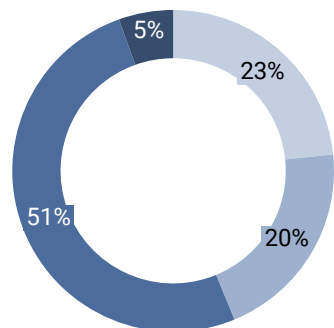
**DARTY**

## 1. Executive summary

# 200 répondants ont participé à l'enquête. Ils étaient en grande majorité originaires d'Ile-de-France

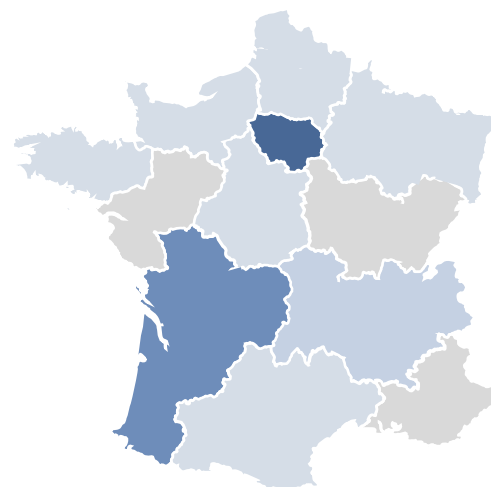
### Quel âge avez-vous ?

200 répondants - %



### Dans quelle région habitez-vous ?

200 répondants - %

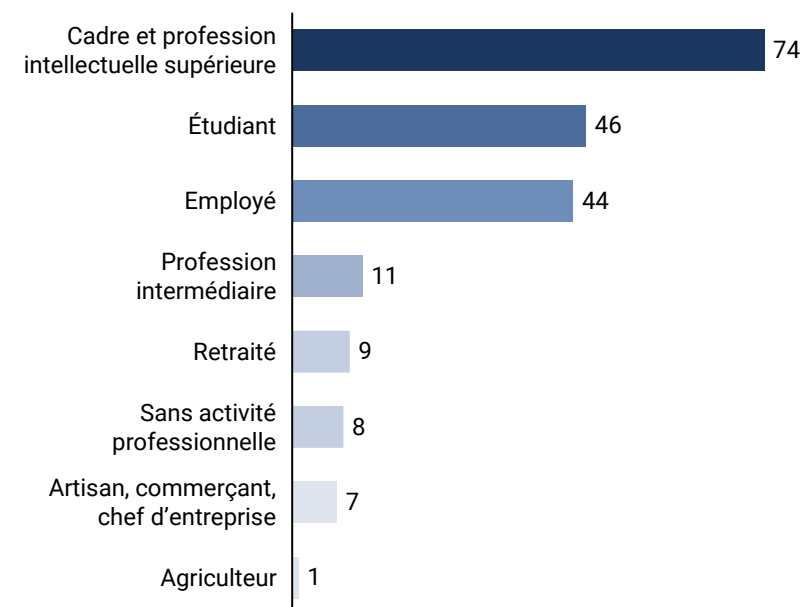


38% Hors Ile-de-France

62% Ile-de-France

### Quelle est votre catégorie socio-professionnelle ?

200 répondants - %



**Disclaimer :** Les résultats obtenus dépendent de l'échantillon considéré qui, sur certains points, n'est pas représentatif de la population française :

- > L'Ile-de-France représente plus de la moitié de nos réponses
- > La catégorie socio-professionnelle « Cadre et profession intellectuelle supérieure » est sur-représentée

# Insights clés du Click & Collect

## Marketing



Le taux de croissance moyen du marché de l'e-commerce est **de 6%**, et les entreprises se tournent de plus en plus vers ce marché. Le Click & Collect constitue un **point d'entrée privilégié**, au croisement entre canal online et physique



Depuis 2020, avec la crise de la Covid-19 et les confinements successifs, l'adoption du Click & Collect s'est accélérée avec une **croissance de 10% en 2021**. Le Click & Collect conforte sa place de **3<sup>ème</sup> mode de récupération de commande préféré**, utilisé au moins une fois par 33% des cyberacheteurs en 2021

## Customer experience



Le Click & Collect répond aux attentes de **flexibilité** et de **gain de temps** du client, et permet de conserver le **contact humain**



Si la localisation du point de Click & Collect proche de l'entrepôt du magasin est avantageuse pour l'entreprise, le client préfère lui **aller chercher sa commande** au plus proche de l'entrée, mais dans un **point spécifique**, où il n'a pas à attendre



La **signalétique** est cruciale, car elle mène le client au point de retrait **sans perte de temps**. Les entreprises informent le client de la zone précise où il doit récupérer sa commande **par SMS ou mail**

## Internal issues



Pour répondre à l'affluence de clients aux heures de pointe, les entreprises interrogées optent soit pour la **création d'une équipe dédiée**, soit pour la **formation** des équipes logistique ou conseil-client au Click & Collect



La performance de l'offre dépend avant tout de la **gestion des stocks** : plus l'entreprise est organisée, plus elle peut se permettre d'avoir un **stock tampon** faible, et donc de proposer des produits sur tous les canaux dès l'instant où ils sont en stock



Le Click & Collect représente une **source de cash en avance** très pertinente pour les besoins en trésorerie de l'activité

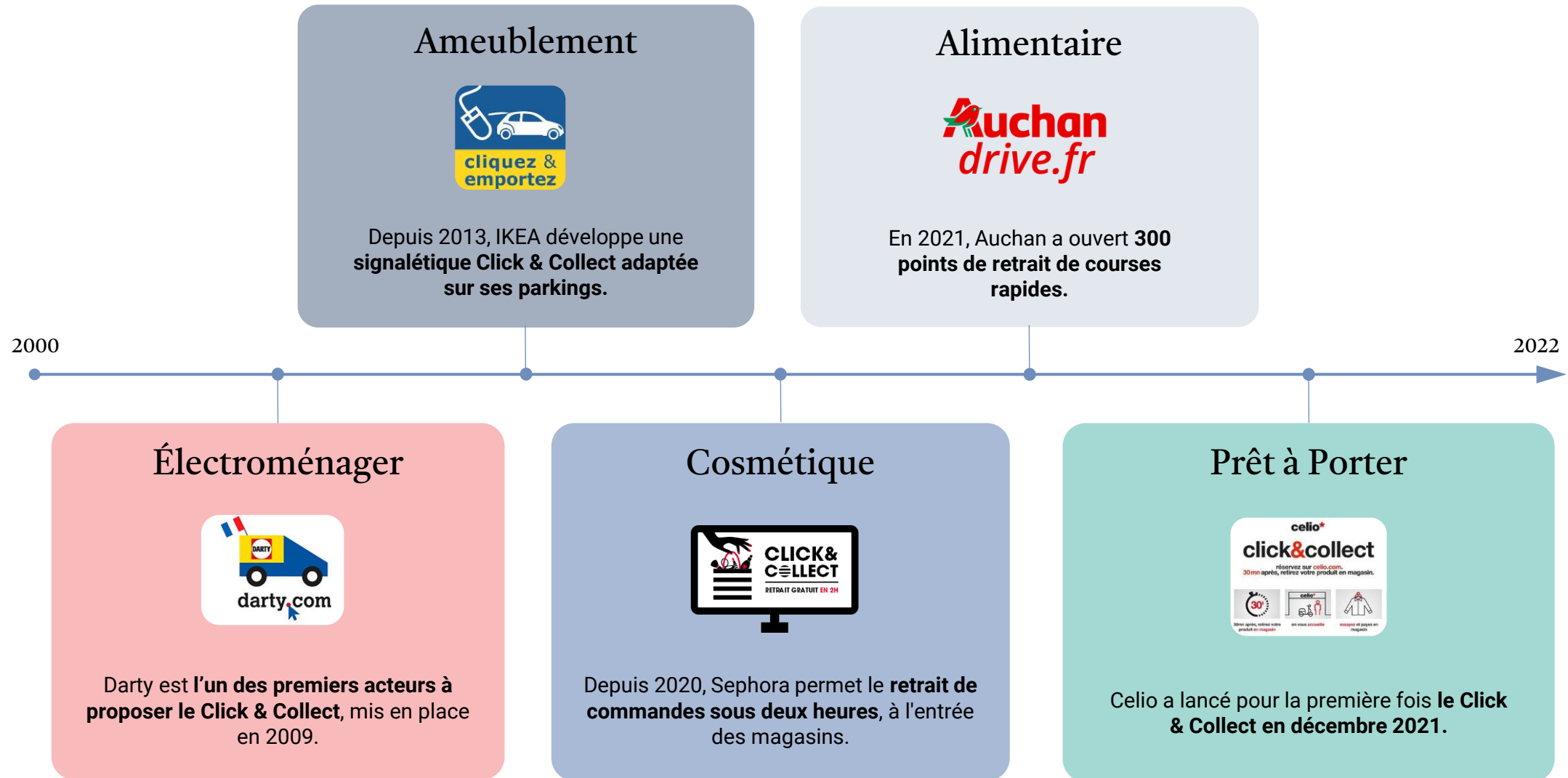
# Click & Collect overview



ESSEC  
Solutions Entreprises



# Revue historique des étapes du Click & Collect

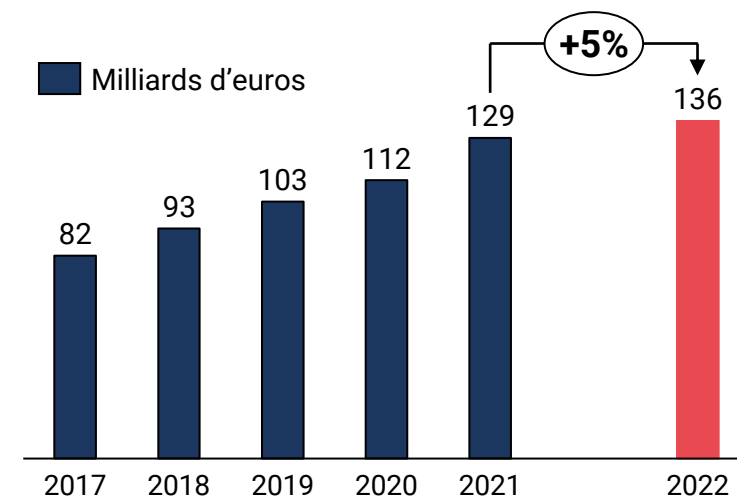




# Le Click & Collect est un outil stratégique à adopter sur un marché de la vente en ligne en pleine croissance

## Le marché français de l'e-commerce

- > Le secteur de l'e-commerce a progressé de 11,8% en un an pour atteindre **32,5 milliards d'euros au 1<sup>er</sup> trimestre 2022** tandis que le nombre de sites marchands a progressé de 11% de 2021 à 2022
- > **527 millions de transactions** ont été recensées au **1<sup>er</sup> trimestre 2022** (source : [Fevad](#))
- > En 2022, les enseignes sont à la recherche de nouvelles expériences et cherchent à **multiplier les points de contact** avec leurs clients



Prévisions du marché de l'e-commerce en France  
(source : [Fevad](#))

## Le Click & Collect en chiffres :

81%

Des Français utilisent les canaux digitaux pour consommer  
(source : [Statista](#))

41,1%

Des e-acheteurs en France ont déjà utilisé le Click & Collect en 2021  
(source : [Fevad](#))

3<sup>ème</sup>

Mode de livraison privilégié des Français  
(source : [étude Kantar](#))

# La crise de la Covid-19 a privilégié le développement du Click & Collect, qui ne cesse de croître depuis

## La crise en chiffres :

1<sup>er</sup>

Mode de livraison privilégié des Français dans la restauration pendant la crise (source : Fevad)

110 000

Établissements de la restauration ont adopté le Click & Collect (source : Insee)

34%

Des clients se sont tournés vers les commandes en ligne au détriment des autres canaux (source: Médiamétrie)



## Un service intensifié par la crise sanitaire...

- > Depuis 2020 avec la crise de la Covid-19 et les confinements successifs, **l'adoption du Click & Collect, du Click & Reserve ou du Call & Collect s'est accélérée**
- > **10% de croissance pour le Click & Collect en 2021** : les commerçants deviennent progressivement des e-commerçants



## ... Mais qui semble se maintenir en 2022

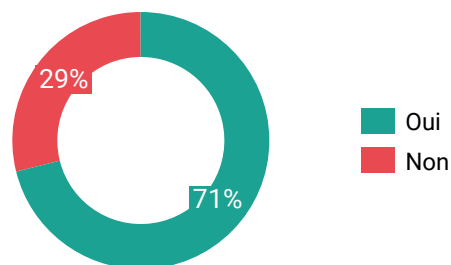
- > Parmi les acheteurs en ligne qui affirment avoir commandé davantage de produits sur Internet en 2021, plus de **90% déclarent qu'ils conserveront cette habitude en 2022** (source : Think with google)
- > **Pour s'aligner avec la concurrence**, de nombreux commerçants souhaitent aussi déployer le Click & Collect



## Un mode de consommation apprécié par les Français en 2022

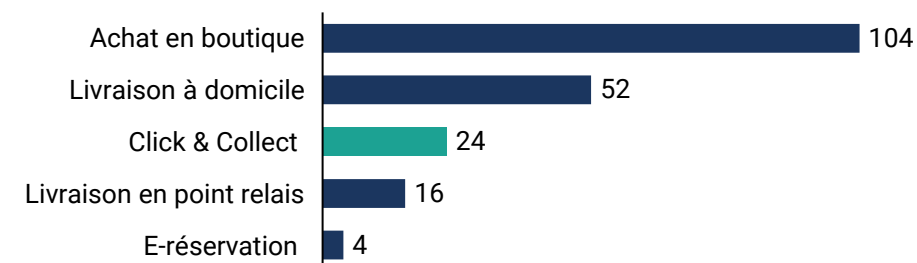
Avez-vous déjà utilisé le système du drive ou du Click & Collect en 2021 ?

200 répondants



Quel est votre mode d'achat préféré ?

200 répondants



# Pour les consommateurs, le Click & Collect se différencie des autres modes de commande

■ Avantage  
■ Neutre  
■ Inconvénient

	Click & Collect	Livraison à domicile	Point relais	Achat physique
Frais de livraison	Gratuit	9,35€ - 32,70€	4,40€ - 26,90€	Gratuit
Expérience de marque	Expérience en boutique partielle	Univers de marque liée au packaging du colis	Expérience de marque aléatoire	Immersion dans l'univers de marque
Rapidité du service	2h - 2 jours	3 - 4 jours ouvrés	4 - 6 jours ouvrés	Immédiat
Nécessité de déplacement	Maillage territorial moins dense	Aucun déplacement	Proximité du domicile	Déplacement contraignant
Flexibilité	Prise en charge rapide à un guichet dédié au C&C	Plages horaires fixes et peu précises	Attentes communes avec les clients du point relais	Attente plus ou moins longue en caisse au magasin
Respect de l'environnement	Réduction des déplacements en <b>groupant ses achats</b>	Logistique du dernier km <b>très polluante</b>	Moins de trajet des livreurs	Réduction des déplacements en <b>groupant ses achats</b>
Compatibilité avec les marketplaces	Indisponible	Optimale	Disponibilité limitée	Indisponible

**Key takeaways**

Bien qu'il ne soit pas compatible avec les e-commerce, le Click & Collect **est une option innovante gratuite, flexible et eco-friendly.**

La livraison à domicile reste **l'option préférée des Français** pour sa rapidité et son universalité.

La livraison en point relais est un bon **intermédiaire entre flexibilité, tarification et universalité.**

L'achat en boutique est le canal d'acquisition principal des entreprises. Il allie **rapidité et expérience client complète.**

### 3. Intégrer le Click & Collect dans la stratégie marketing de votre entreprise

## Le Click & Collect réduit le bilan carbone de l'entreprise

**Le secteur des transports est l'un des secteurs les plus polluants.** Le nombre de camions en circulation ne cesse de croître, ce qui représente un enjeu écologique majeur. La livraison à domicile ou en point relais est responsable **d'une pollution anormale** et de **l'usure excessive des routes** dans certains quartiers résidentiels.

### Impact du Click & collect sur le bilan carbone de l'entreprise

#### Scope 3



L'ouverture de nouveaux points Click & Collect plus proches des consommateurs et d'un maillage territorial plus dense conduit à **une logistique plus durable**



Cependant, il contribue à augmenter les stocks en magasin, ce qui **augmente l'empreinte liée au stockage** des marchandises

#### Scope 1 et 2



Le Click & Collect dans les villes permet de **décongestionner les zones à forte densité urbaine**



Le Click & Collect entraîne une **augmentation des emballages** et matériaux de conservation utilisés

#### Scope 3



Cela **évite** à l'entreprise **de transposer ses émissions de CO2 sur le consommateur**, puisque le client utilise son véhicule personnel pour se rendre en boutique



Le Click & Collect diminue **l'empreinte du dernier kilomètre** qui pèse de manière significative sur la logistique

Activité en amont

Activité de l'entreprise

Activité en aval

Approvisionnement



Fret amont



**Production**

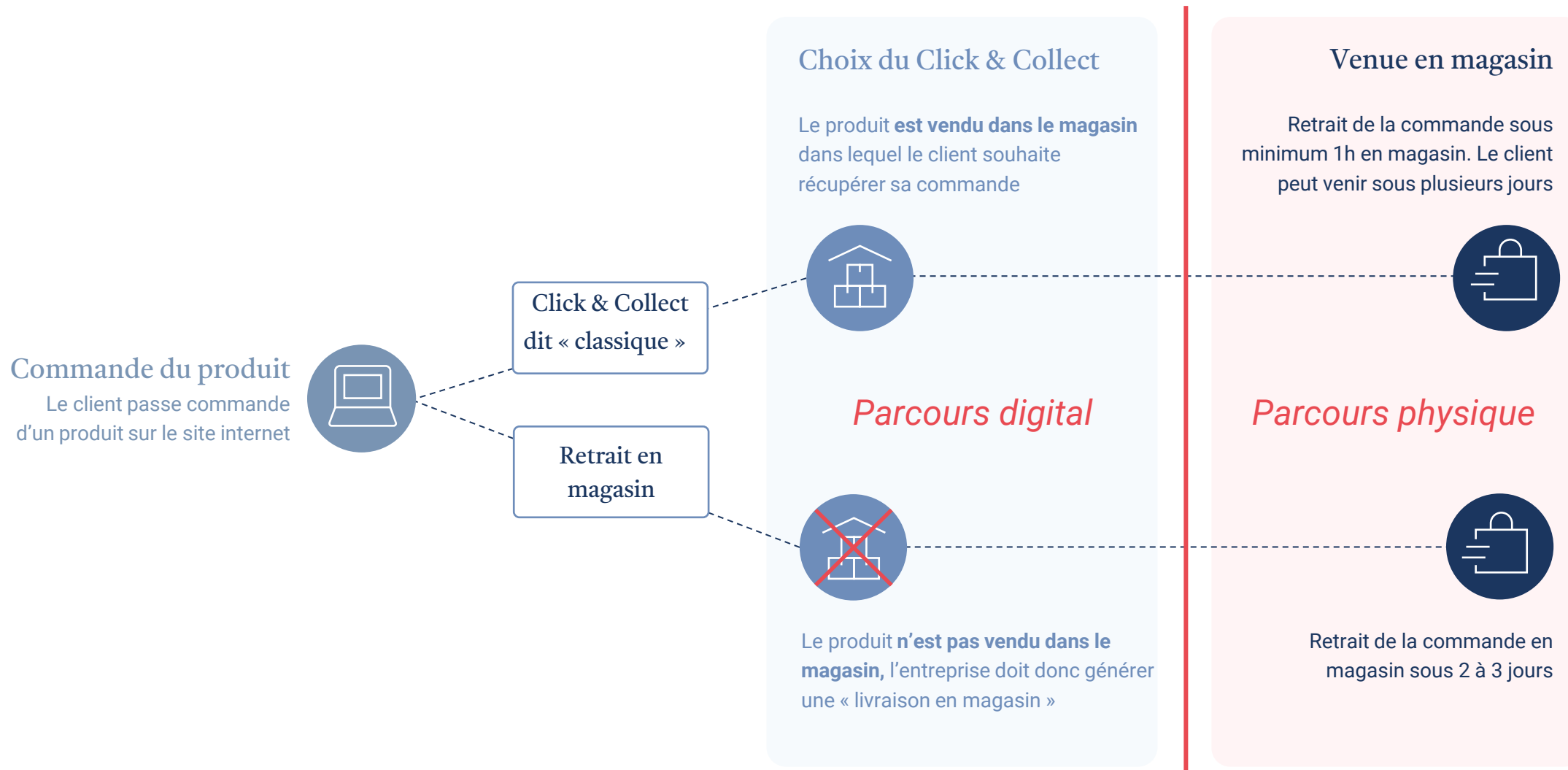


Fret aval



Traitement déchets

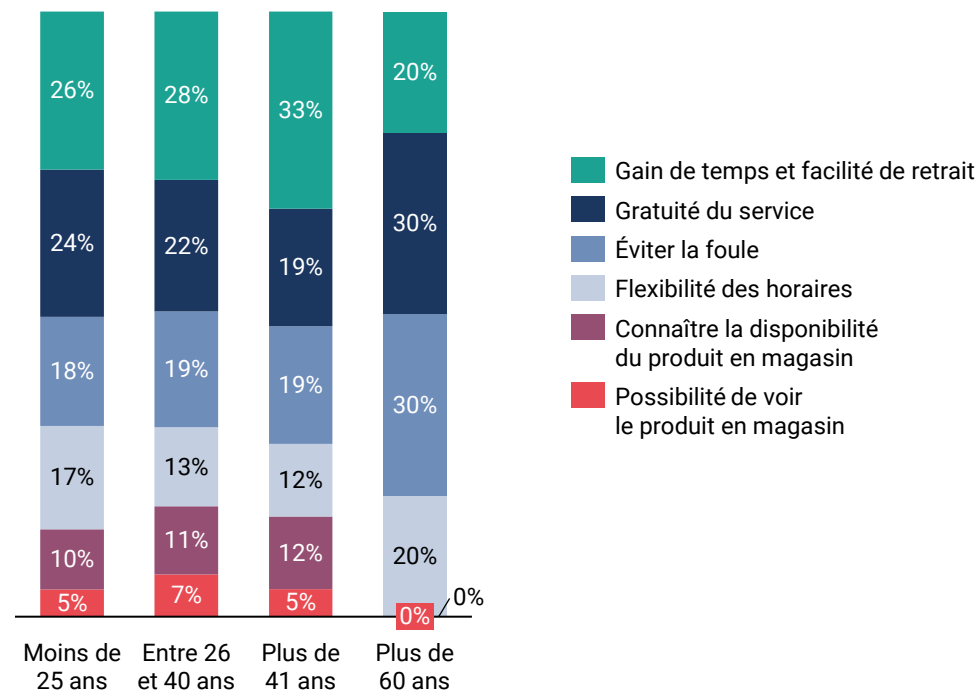
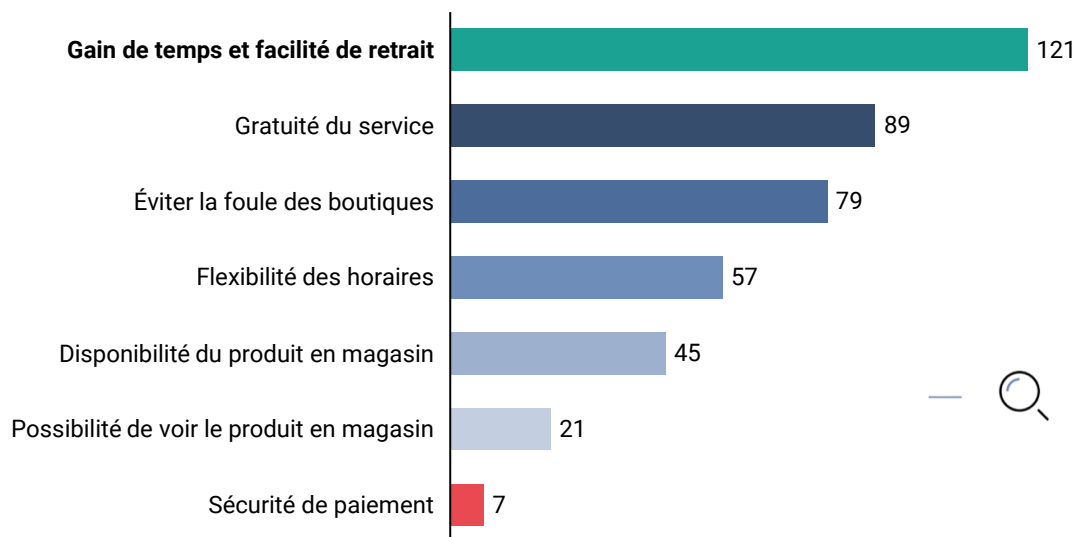
## Nous pouvons distinguer 2 modes de Click & Collect



# Le gain de temps et la gratuité du service pour les utilisateurs du Click & Collect sont des enjeux primordiaux

## Pourquoi utilisez-vous le Click & Collect ?

419 réponses



## Le Click & Collect est la promesse d'un retrait en magasin rapide

- > Les principaux avantages du Click & Collect pour les consommateurs sont **le gain de temps, la gratuité du service et la facilité de retrait**
- > **Les moins de 25 ans** sont ceux qui prêtent le plus attention au **gain de temps** et à la **flexibilité des horaires**
- > **Les plus de 60 ans** sont les principaux qui utilisent le Click & Collect pour **éviter la foule**
- > La possibilité de voir le produit en magasin n'est pas du tout un élément déterminant

# La mise en place du Click & Collect doit s'adapter aux disponibilités des consommateurs

## Quand préférez-vous récupérer votre commande ?

258 réponses

	En semaine	Le Week end
Matin	17%	42%
Midi	15%	18%
Après-midi	18%	30%
Soir	50%	10%

100 réponses

Focus hors Île-de-France

	En semaine	Le Week end
Matin	19%	39%
Midi	15%	14%
Après-midi	19%	35%
Soir	53%	12%



## Le Click & Collect permet de mieux gérer l'affluence...

- > Afin de mieux gérer l'affluence et d'offrir une expérience client optimale, les boutiques physiques cherchent de plus en plus à **mesurer la fréquentation des magasins en temps réel et à anticiper les périodes de forte affluence**
- > À mi-chemin entre shopping en ligne et shopping en boutique, le Click & Collect représente **une excellente solution pour contrôler les flux importants de visiteurs**

## ... Mais il crée de nouveaux flux exceptionnels

Grâce au temps gagné avec le Click & Collect, les clients repensent leurs habitudes de consommation, ce qui crée **de nouveaux pics d'affluence** :

- > **Les soirs de semaine** sont plébiscités par 1 répondant sur 2
- > **Les weekends**, notamment **le matin** sont des créneaux privilégiés
- > Si les midis pouvaient constituer des créneaux intéressants (pause déjeuner), l'étude a confirmé que ce ne sont pas des créneaux prisés pour récupérer une commande

# Intégrer le Click & Collect dans la stratégie marketing de votre entreprise



ESSEC  
Solutions Entreprises





## Le Click & Collect est une stratégie omnicanale pour multiplier les points de contact avec le client

### La stratégie omnicanale est au cœur de la relation client

- > Plus le client a de points de contact avec la marque, plus il se sent proche de cette dernière et plus il est susceptible d'être fidélisé
- > La part d'entreprises qui investissent dans l'**expérience omnicanale** est passée de 20% à plus de 80% (source : Rapport 2020, PWC)
- > Les clients veulent pouvoir suivre leur commande avec un suivi journalier tout en continuant à venir en magasin. Pour 30% des clients, la réception du message de disponibilité de la commande **crée une satisfaction supplémentaire** (source : Wavestone)

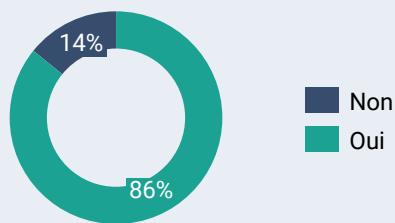
### Le client reste autonome et construit son parcours client

- > 91% des consommateurs sont prêts à trouver des réponses à leurs questions par eux-mêmes
- > 40% des consommateurs contactent un conseiller en magasin **après avoir déjà effectué des recherches préalables** en ligne
- > Aujourd'hui, la satisfaction client est de plus en plus liée à la facilité d'accès à l'information. Avec le Click & Collect, le client est libre de choisir quand il vient récupérer sa commande. Il peut **préparer ses questions sur le produit**

## La stratégie omnicanale est une stratégie de croissance de long terme

Avant d'utiliser le Click & Collect, étiez-vous déjà client de l'enseigne ?

143 répondants



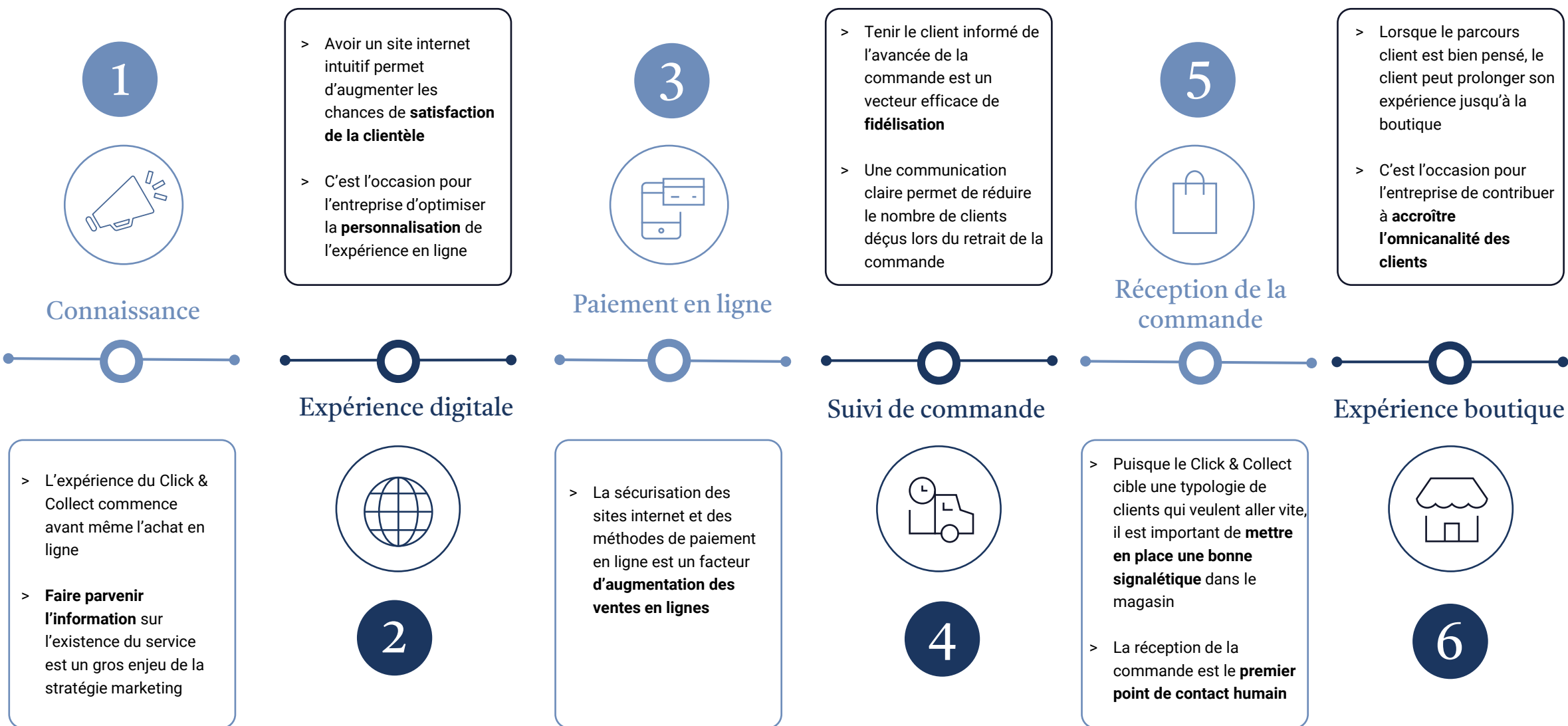
“ Pour nous, le Click & Collect n'est pas une stratégie d'augmentation des ventes, c'est une solution supplémentaire pour le client. ”

Directeur marketing d'une enseigne de la grande distribution

“ Les clients se sont habitués à l'option Click & Collect. Désormais, ne pas proposer cette option est un irritant pour le client. ”

Directeur marketing d'une enseigne du prêt-à-porter

# Les principales étapes du **parcours client** avec le Click & Collect

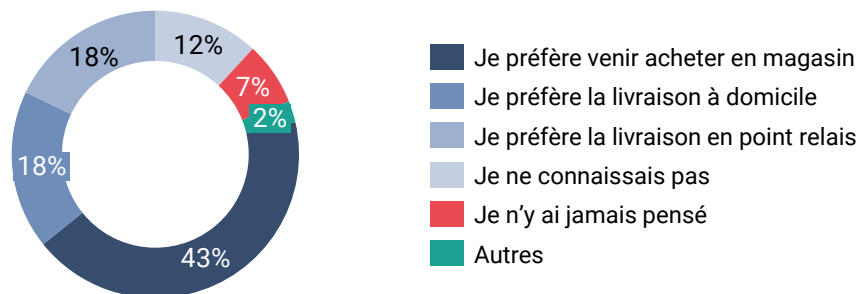


# Savoir communiquer sur le Click & Collect doit être au cœur de la stratégie marketing

## Un service assez bien connu des clients...

### Pourquoi n'avez-vous jamais utilisé le Click & Collect ?

84 réponses - %



- > Le service du Click & Collect est davantage devenu un **service standard** proposé par une grande majorité d'enseignes plutôt qu'un axe de différenciation

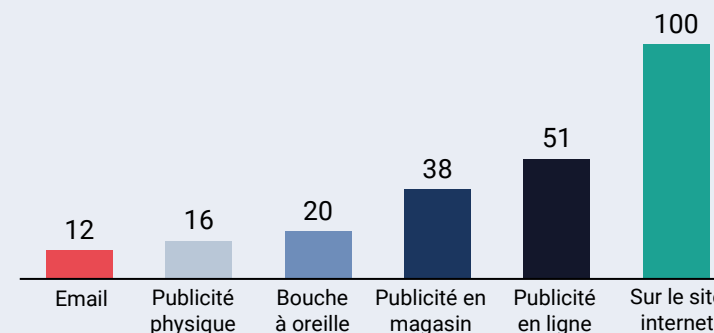
## D'où la nécessité de campagne personnalisée

- > Certains vendeurs communiquent ponctuellement sur l'existence du service au moment du **passage de la commande**. Cette méthode permet de s'adapter à la typologie de client
- > Les **emails personnalisés** génèrent un taux d'ouverture plus élevé de 50 à 58% (*marketingdive*)

## ...Qui permet de diversifier ses canaux de communication

### Comment avez-vous su que l'enseigne où vous avez acheté votre produit proposait un service de C&C ?

237 réponses - %



- > **Le site internet est l'interface la plus efficace** en terme de communication sur l'offre du Click & Collect et permet de cibler les clients déjà fidèles à l'enseigne
- > La **publicité physique** est très valorisée par les marques qui y voient une manière de toucher de nouveaux clients. Mais bien que ces dernières multiplient affiches dans le magasin ou sur la fiche produit, **les consommateurs semblent peu réceptifs** à ce canal de communication

## Le Click & Collect doit être **visible** et **intuitif** sur le site internet de l'entreprise



### La mise en place du Click & Collect doit suivre l'ergonomie du site

- > La mise en œuvre opérationnelle du Click & Collect doit **s'intégrer à la plateforme déjà existante de manière intuitive**
- > Son installation se fait généralement **au moment du check-out à la phase du choix du mode de livraison** dans le cas où tous les produits proposés sur le site sont disponibles en Click & Collect. Si ce n'est pas le cas il est conseillé de préciser si le produit est disponible ou non en magasin
- > Bien que l'ordinateur reste plus utilisé que le mobile, (59% contre 34%), **la part d'utilisation du mobile augmente de 50% par an** (source : We are social)

**72%** Des top 100 sites français marchands (en CA) proposent l'option de Click & Collect (source : Insee)



### La disponibilité du produit est une information cruciale pour le client

- > Les clients souhaitent être mis au courant de la disponibilité des produits en Click & Collect. Les systèmes d'information doivent assurer la gestion des stocks afin d'éviter les ruptures qui sont sources de frustration pour le client
- > Lorsque le produit n'est pas disponible, l'entreprise doit être en mesure de proposer des solutions intermédiaires. Chez Carrefour drive par exemple, quand un produit commandé est en rupture, il est remplacé par un **produit similaire sans frais supplémentaires**. Si le produit ne convient pas, il est entièrement remboursé au client

**57%** Des top 800 sites marchands européens proposent le Click & Collect (UK, Fr, All, Esp, It, Ned, Pol, Swe) (source : Insee)

## Il faut bien dimensionner le projet

Il est indispensable de fixer des objectifs quantifiés au dispositif du **Click & Collect** pour bien dimensionner le projet en veillant à l'évolutivité de celui-ci puisqu'il s'agit d'un investissement sur le long terme.

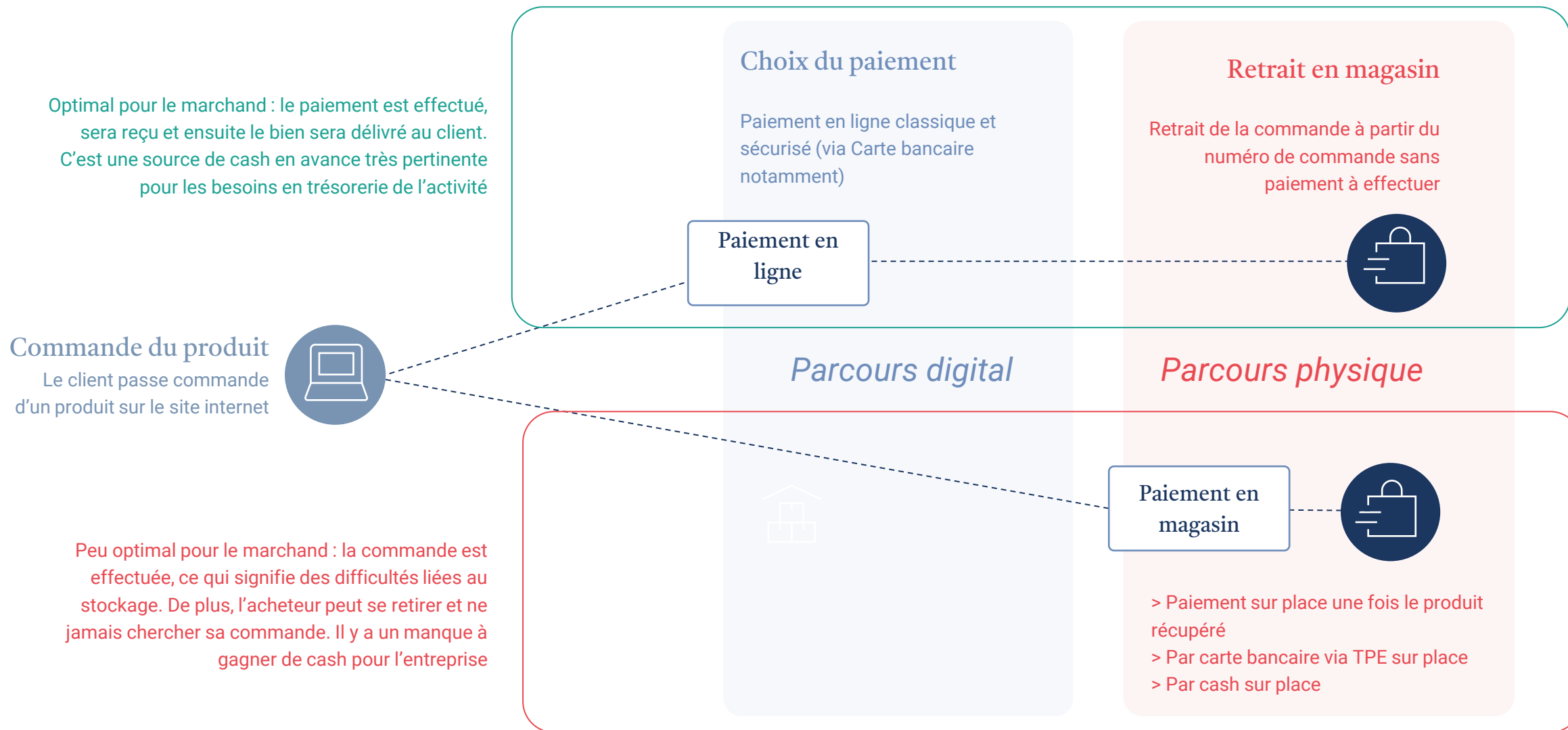
“

*Le Click & Collect requiert des systèmes d'informations solides, [...], adaptés au volume de vente, pour être mis en place.*

”

**Directeur Marketing d'une enseigne de l'ameublement**

## Focus sur la partie paiement du Click & Collect



## Le suivi de commande est un point essentiel du parcours client

### Informer le client de toutes les étapes

“ L’objectif, c’est d’accompagner le client tout au long de son parcours. ”

**Directeur Marketing d’une enseigne de la cosmétique**

Un bon suivi permet de limiter le nombre de « **no-show** », c’est-à-dire le nombre de clients qui ne viennent pas récupérer leur commande.

### Diversifier les canaux de communication

**61%**

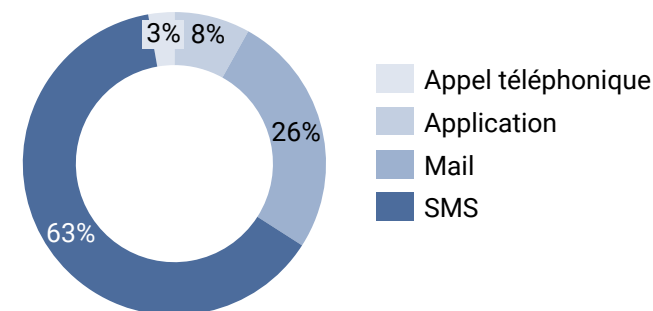
Des entreprises n’intègrent pas le marketing mobile  
(source : CMIT)

Alors que **86%** des Français ont le sentiment que les **marques leur envoient trop d’informations**, il est primordial de savoir comment **communiquer** de manière **concise et efficace**



### Par quels canaux aimeriez-vous être informé de la disponibilité de votre commande ?

285 réponses - %



Le mode de communication privilégié par les consommateurs reste de loin le SMS, qui a l’avantage d’être **instantané, clair et concis**.

Et pour cause, **le taux de mémorisation d’un SMS avoisine les 60%** selon une étude de l’INSEE.

## L'accueil en magasin est un moment-clé du parcours client par le Click & Collect

### La signalétique est cruciale pour accompagner le client

Le client **doit être accompagné jusqu'au point de Click & Collect en magasin**.  
Pour cela, la signalétique du magasin peut passer par deux canaux :

#### En magasin

En magasin : l'entreprise doit mettre en place une communication efficace pour **informer le client sur la localisation** du point de Click & Collect.

**Le personnel du magasin doit également être en mesure d'informer** le client, surtout dans les grands centres commerciaux.

#### En digital

L'entreprise peut personnaliser le message de confirmation de disponibilité de la commande en y **ajoutant le plan d'accès** au point Click & Collect.

*« Merci de vous rendre à l'arrière du magasin à gauche après les caisses et le rayon X pour récupérer votre commande. »*

En particulier quand le point de Click & Collect se situe au niveau des caisses, si le magasin le permet, il faut bien **différencier les files d'attente grâce à une signalétique claire**.

### Exemples de bonnes pratiques

> Depuis 2013, IKEA développe une **signalétique Click & Collect adaptée sur ses parkings**

### Le conseiller chargé du Click & Collect doit être formé

“ *Le Click & Collect est plus pratique pour le client en termes de temps et de coût mais souvent nos clients ont plus de questions sur le fonctionnement du produit.* ”

**Directeur e-commerce d'une enseigne d'électroménager**

“ *Les clients souhaitent souvent vérifier la conformité du produit qu'ils ont acheté en ligne. C'est pourquoi nous proposons toujours au client d'ouvrir le colis devant lui.* ”

**Directeur Service client d'une enseigne du prêt-à-porter**

“ *Il faut que le conseil apporté compense le déplacement.* ”

**Directeur Marketing d'une enseigne de l'ameublement**

Le conseiller Click & Collect doit pouvoir **répondre aux éventuelles questions du client** et ne pas juste lui remettre sa commande. En fonction de l'affluence, il doit pouvoir prendre le temps d'aider le client afin de mieux le fidéliser et doit également s'adapter à la typologie de client qu'il reçoit.

> Dans tous les Sephora de France, une **vendeuse est placée à l'entrée du magasin pour orienter les clients**, notamment vers les bornes Click & Collect

# Les enjeux logistiques et organisationnels du Click & Collect



ESSEC  
Solutions Entreprises








## Le Click & Collect permet d'éviter la logistique du dernier kilomètre

Avec l'essor du e-commerce la livraison à domicile revêt un caractère de plus en plus stratégique. La logistique du dernier kilomètre représente l'ensemble des moyens et acteurs assurant le mouvement des marchandises **d'un centre de transport vers sa destination finale**.


### Le dernier kilomètre est la phase la plus contraignante du processus de livraison

 La logistique du dernier kilomètre **est très coûteuse** pour le distributeur. Son coût pèse pour 53% du coût global de la livraison. La rentabilisation des chargements et des vecteurs est beaucoup plus complexe voir dans certains cas tout simplement impossible. Le coût global de la livraison du dernier kilomètre croît chaque année d'environ 10 % et devrait atteindre **2,6 milliards d'euros en France d'ici 2025**

 **La réglementation** de la circulation dans les **centres urbains** devient plus en plus **contraignantes** afin d'éviter les nuisances sonores et polluantes. Par exemple, la ville de Strasbourg interdit l'accès au centre-ville à tous les véhicules thermiques après 10h30 et ce, depuis septembre 2018. La livraison par camion devient alors de plus en plus complexe et les distributeurs doivent souvent changer de mode de transport et d'horaire pour effectuer le dernier km

 Il est plus **compliqué de respecter les délais de livraisons** car l'essor du commerce en ligne se heurte aux limites logistiques actuelles. Selon une étude réalisée par BFM, les conducteurs parisiens sont restés bloqués 163 heures dans les embouteillages en 2020 (5 heures de plus qu'en 2018). Au-delà d'une baisse de productivité, **cette perte de temps dans les bouchons** impacte l'ensemble du réseau de distribution et pèse sur les délais annoncés aux clients

### L'adoption du Click & Collect réduit la pression logistique

 Le Click & Collect rationalise le transport routier en milieu urbain et contribue à générer du trafic vers les commerces physiques. Cela permet d'éviter les nuisances liés à l'entrée des poids lourds et utilitaires en centre villes

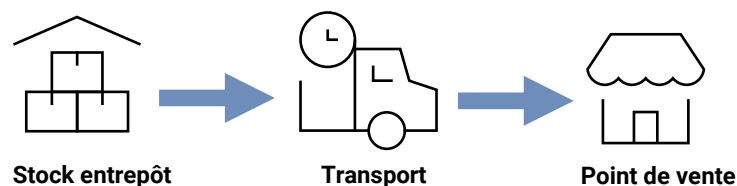
 C'est également un moyen pour les retailers de **générer des ventes additionnelles** en faisant venir le client en boutique

# Avoir une gestion des stocks efficace est primordial face à l'augmentation des volumes de vente

## La gestion de stocks dépend de la typologie des magasins

Si le client fait un achat sur le site internet d'une enseigne d'ameublement et qu'il sélectionne le Click & Collect...

- > **Soit le produit est bien vendu** (donc entreposé) **dans le magasin en question**, et dans ce cas il peut aller le chercher (sous 1 à 3h si le stock du magasin est suffisant, ou sous 1 à 3j si le magasin est en rupture de stock)
- > **Soit le produit n'est pas disponible à l'achat dans le point de vente sélectionné**, et dans ce cas le client peut choisir l'option de retrait : le produit qu'il souhaite est stocké dans un entrepôt de l'enseigne et va être acheminé au point de vente



- > Le **retrait en magasin** concerne en majorité **les points de vente localisés en centre-ville**, qui n'ont pas une capacité d'entreposage suffisamment importante pour proposer l'intégralité des produits de l'enseigne en Click & Collect rapide

## La nécessité de définir un stock tampon

- > En fonction de son **organisation interne** et de sa **capacité à traiter les commandes**, chaque magasin doit définir un **stock tampon**, qui est le stock à partir duquel il considère qu'il peut vendre par tous les canaux. Par exemple, si le stock tampon est 1 pour le canapé X dans une enseigne d'ameublement, et qu'il est indiqué qu'il n'en reste plus qu'un en stock, il ne sera plus disponible en Click & Collect sous 2 à 3h, mais seulement à l'achat en physique
- > Le **stock tampon doit être adapté au produit** : il est par exemple plus élevé pour des ampoules que pour des canapés

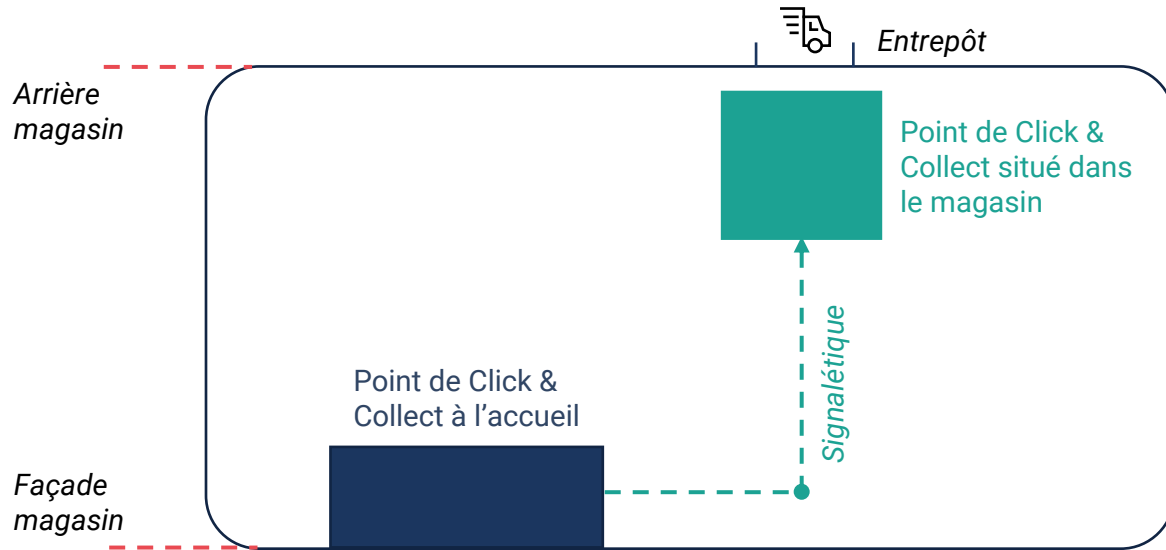
55

Entrepôts indépendants  
dans le monde pour IKEA  
Source : [enjeuxlogistiques.com](http://enjeuxlogistiques.com)

444 000

M<sup>2</sup> de surface d'entreposage pour  
Maisons du monde  
Source : [wikipedia](http://wikipedia)

## Où placer stratégiquement le point de Click & Collect ?



### Point de Click & Collect situé dans le magasin

- > Un point spécifique pour récupérer sa commande a l'avantage d'être **uniquement réservé au Click & Collect** et permet en cas d'heure de pointe d'avoir une file d'attente uniquement composée de personnes qui viennent récupérer un produit préalablement commandé en ligne, et non d'autres clients cherchant des renseignements
- > Cela peut être un inconvénient quand le **magasin est vaste** et que le client doit le parcourir pour accéder au point de collecte, ce qui est irritant pour des clients très pressés

### Point de Click & Collect à l'accueil du magasin

- > La zone de retrait de la commande située à l'accueil permet aux clients un **gain de temps** puisqu'ils n'ont pas besoin de rentrer dans le magasin pour récupérer leur commande
- > Mais cela **peut être problématique** si l'accueil et le retrait du Click & Collect sont **confondus** (les clients qui demandent un renseignement sont dans alors la même file que ceux qui viennent récupérer leur commande). C'est d'autant plus le cas aux heures de pointe de Click & Collect (18h à la sortie des bureaux) où il y a un pic d'affluence

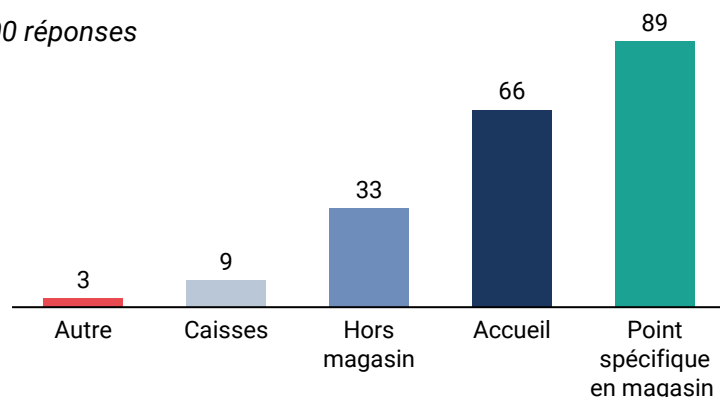
### Point de vue d'un géant français de l'ameublement

- > Pour l'entreprise, il est **préférable de mettre le point de collecte proche de l'entrepôt** du magasin, car cela évite de **déplacer** les produits (encombrants ou non) de l'entrepôt vers un stock dédié au Click & Collect
- > Pour autant, l'accès au point de Click & Collect pour le client est plus **compliqué**, ce qui requiert une **signalétique précise**

# Les consommateurs préfèrent récupérer leur colis dans le magasin, ce qui crée des opportunités de cross-selling pour les entreprises

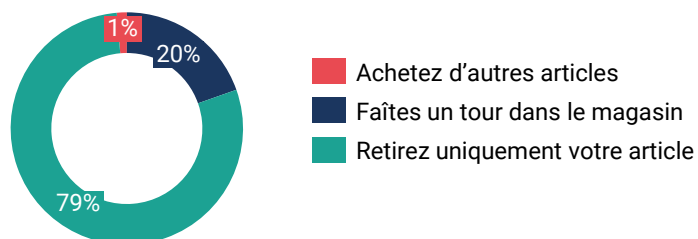
## Où préférez-vous récupérer votre commande dans le magasin ?

200 réponses



## Lors du retrait de votre commande, vous...

143 réponses



## La stratégie de web-to-store peut être génératrice de cross-selling

Le Click & Collect permet de faire venir le client en magasin et d'appliquer une stratégie de **cross-selling** qui consiste à faire en sorte que **le client élargisse son panier d'achat**, augmentant le nombre de produits présents dans celui-ci.

Pour l'entreprise, le Click & Collect est **plus stratégique que la livraison à domicile** ou en point relais, car le contact avec le client est un vrai facteur de croissance. En passant en magasin, le client est susceptible d'ajouter des produits supplémentaires à son panier.

“ Les clients achètent l'ameublement sur le site mais quand ils se rendent en magasin ils achètent souvent des décorations. On essaye de ne pas perdre l'achat compulsif. ”

**Leader de l'ameublement**

“ Nous avons développé ce service car nos produits sont mieux mis en valeur en magasin, ce qui pousse les clients à les acheter. De plus le client a plus de visibilité sur les promotions temporaires en magasin. ”

**Leader du prêt-à-porter**

## Quelles sont les stratégies à adopter pour répondre à l'affluence ?

### 1. Former le personnel

Afin d'assurer le service du Click & Collect en toutes circonstances, **tout le personnel doit être formé aux outils du Click & Collect** (validation du retrait, vérification du produit, modification de commande, etc.).

“ Lorsqu'ils arrivent chez [nous], les vendeurs sont tous formés au Click & Collect car il est présent dans tous nos magasins. ”

### 2. Créer une équipe dédiée

Chez un leader de l'ameublement, une équipe est **entièrement dédiée au Click & Collect** pour traiter les commandes.

“ Bien souvent il faut attendre qu'une personne du magasin se libère pour pouvoir récupérer sa commande, ce n'est pas optimal. ”

### 4. Adapter son offre localement

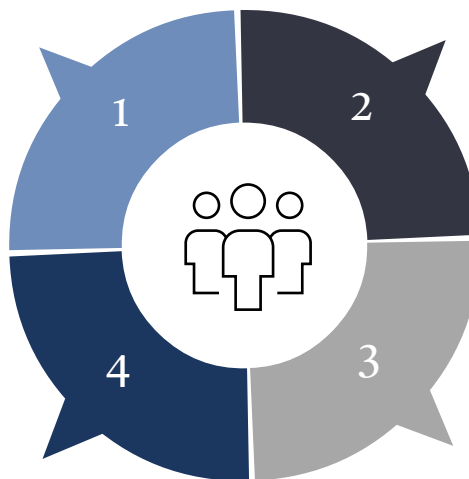
Chaque point de vente a sa propre clientèle avec ses propres exigences. Mettre en place **une stratégie personnalisée** peut être un moyen de **fidéliser ses clients**.

“ Notre stratégie de groupe est commune mais la clé du succès c'est l'adaptation. [...] On essaie par exemple d'ouvrir plus tôt le magasin pour que les clients puissent passer avant d'aller travailler. ”

### 3. Avoir des effectifs flexibles

Il faut **mobiliser le personnel** du magasin pour répondre à la forte affluence :

“ Quelqu'un s'occupe à temps partiel du Click & Collect et se rend à la borne quand il voit des clients via une caméra. Après 18h, il descend et reste au comptoir en permanence. ”



# Mettre en place une stratégie de Click & Collect efficace : nos recommandations

5



ESSEC  
Solutions Entreprises

## Nos recommandations

### Marketing

- > Positionner le point de Click & Collect proche de l'entrée mais **au sein du magasin** pour générer des **cross-sellings**
- > Avertir le client **par SMS** pour le tenir informé du traitement de sa commande et de **l'endroit précis** où il doit aller la chercher
- > Insister sur la **signalétique** (**panneaux indicatifs** au sein et en dehors du magasin) pour que le client repère **très rapidement** le point de retrait
- > **Mettre en valeur la disponibilité** du produit sur le site internet

### Logistiques

- > Avoir un **stock tampon** suffisant pour pouvoir proposer un large choix des produits au Click & Collect tout en assurant leur disponibilité en boutique
- > Adopter le Click & Collect permet de réduire la pression logistique de la livraison à domicile
- > Localiser le point de Click & Collect **proche de l'entrepôt** pour éviter de déplacer trop souvent les produits d'un point à l'autre
- > Adapter son offre **localement**: si le magasin est largement fréquenté par des actifs, étendre l'étendue horaire du C&C

### Organisationnelles

- > Localiser le point de Click & Collect au plus **proche de l'entrée**
- > Créer **une équipe dédiée** au Click & Collect dans les magasins importants pour répondre à **l'affluence** aux heures de pointes (18h par exemple)
- > **Former le personnel** au Click & Collect, **sensibiliser** sur les attentes du client au moment de la réception



**ESSEC**  
Solutions Entreprises

## Synthèse

Comment optimiser son e-business avec le Click & Collect ?



**ÉTIENNE BONNERUE**

Chef de projet  
+ 33 (0)7 71 27 80 28  
e.bonnerue@essec-solutions-entreprises.com



**MERIAM MEHAOUA**

Cheffe de projet  
+33 (0)7 62 15 97 12  
m.mehaoua@essec-solutions-entreprises.com



**LÉO BLASZCZYK**

Chef de projet  
+ 33 (0)6 95 65 03 43  
l.blaszczyk@essec-solutions-entreprises.com