

# Metro réconcilie web et points de vente physiques en France

Concilier 93 points de vente physiques et 9 000 collaborateurs avec une stratégie digitale efficace, tel est l'objectif poursuivi par l'enseigne allemande Metro.

**M**etro Cash&Carry ne ménage pas ses efforts pour être un acteur BtoB de référence sur l'e-commerce, et plus généralement sur le digital. Il faut dire que l'enseigne a initié très tôt les ventes par internet. « Nous sommes entrés dans l'e-commerce entre 2007 et 2008, a rappelé Pascal Pirotte, directeur multicanal et digital de l'enseigne, à l'occasion d'une après-midi dédiée à la transition numérique et au commerce BtoB au ministère de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique, fin octobre. *Internet représente 8 % des ventes de Metro Cash & Carry.* » Non négligeable, sachant que cette division de Metro Group spécialisée dans la distribution de produits alimentaires et non alimentaires à destination des pros de la restauration a généré 29,7 Mrds€ de chiffre d'affaires sur son exercice 2014-2015. Si, à l'échelle du groupe, les ventes en ligne ne cessent de progresser, en France, concilier 93 points de vente physiques – les entrepôts – avec le digital n'a pas été



« Notre première initiative a consisté à mettre en place la redistribution du chiffre d'affaires généré par le web aux entrepôts. »

Pascal Pirotte, directeur multicanal et digital de l'enseigne

chose aisée. « Notre première initiative a consisté à mettre en place la redistribution du chiffre d'affaires généré par le web aux entrepôts. Sinon, ils n'en voient pas l'intérêt », rappelle Pascal Pirotte. Il le sait, sa force vive est avant tout constituée de ses 9 000 collaborateurs, en contact quotidien avec les clients sur le terrain.

## Gagner l'adhésion des équipes

Le succès de Metro dans le digital ne peut se faire sans l'adhésion totale des équipes. « Nous devons les accompagner sur le terrain à la même vitesse que les développements initiés sur l'activité digitale. » Un défi de tous les instants, car le Net va très vite, mais consti-

tue par ailleurs un bon moyen d'acquiescer et fidéliser les clients. Encore faut-il proposer une expérience client satisfaisante et cohérente avec le parcours d'achat désormais multicanal des consommateurs. « La moitié de nos clients vont d'abord visiter le site avant de se rendre en entrepôt. » C'est la raison pour laquelle Metro est présent à travers ses entrepôts, mais aussi sur le web et les terminaux mobiles. Avec de vraies passerelles entre ces canaux de vente. Si Metro a rapidement déployé des dispositifs web-to-store, le store-to-web n'a été développé que très récemment. « Nous avons équipé certains de nos vendeurs de tablettes tactiles. Ils peuvent ainsi accompagner les clients dans la navigation auprès d'une offre plus large que celle présentée en entrepôt, où nous sommes limités par la surface de vente. »

Mais là n'est pas tout. L'enseigne teste, dans son entrepôt de Lyon, la géolocalisation de ses clients grâce à des beacons disséminés en points de vente. Il s'agit d'être capable de leur envoyer des notifications sur smartphones à propos de produits qu'ils auraient préalablement ajoutés à leur liste de courses en ligne. Le mobile est un enjeu clé pour Metro, car près de 60 % des visites web transitent par cet outil. Et même si 90 % de son chiffre d'affaires proviennent des entrepôts physiques, Metro en a fait son fer de lance et l'annonce d'ores et déjà : le mobile sera la priorité de ses développements web pour l'année 2016. ■

## Encore beaucoup de potentiel dans l'Hexagone

**METRO**

Commander en ligne | Catalogues Promos | Nos produits | Votre magasin | Services | Entrepôts | Vous & METRO

**Bienvenue sur METRO.fr**

Metro.fr est un site dédié aux professionnels.

**L'ÉQUIPEMENT**

**L'ALIMENTAIRE**

**59,2 Mrds€**  
Le CA 2014-2015  
de Metro Group

**29,7 Mrds€**  
Le CA 2014-2015 de  
Metro Cash & Carry

**30** pays couverts par Metro Group  
**764** points de vente Metro Cash & Carry physiques dans le monde  
**93** entrepôts en France  
**9 000** collaborateurs dans l'Hexagone  
**8%** du chiffre d'affaires France proviennent des ventes en ligne  
Source : Metro