

BRICO DÉPÔT : Communication de proximité

*Présentation AFCI
Paris, le 24 juin 2011*



Quelques données

- 102 dépôts
- 8.000 personnes
- 2,4 Milliards d'€ de CA

castorama

KING  SHER

Concept

■ Un magasin Brico Dépôt :

70 collaborateurs

5 000 m² de surfaces de vente

10 000 références



Concept

■ Nos marchés



Rénovation



Construction



Aménagement

Concept

- positionnement low cost
 - gammes centrées sur l'essentiel
 - magasins sans superflu, pratiques et fonctionnels
 - organisation structurée et hyper efficace
- ↪ Culture : simplicité et la volonté d'aller à l'essentiel
style direct
structures courtes

Une enseigne/entreprise en transformation



Prime
de croissance
Intéressement 2011-2013

Communication interne : stratégie ou dispositif ?

Relayer la stratégie

- Sens et vision globale du repositionnement stratégique.
- Appropriation des messages clefs.
- Mobilisation autour des enjeux et objectifs stratégiques.
- Cohérence du discours.

Accompagner le changement

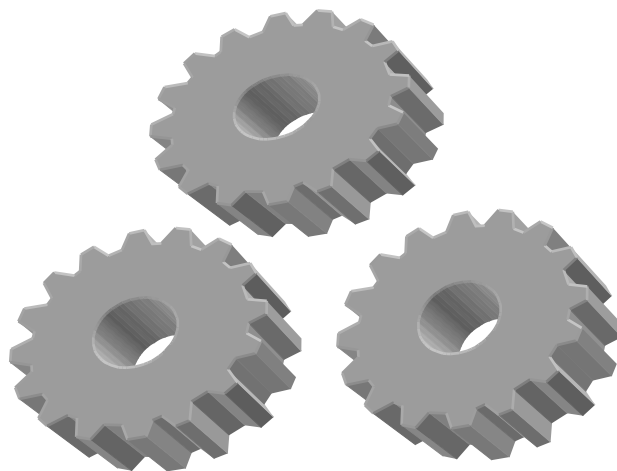
- Nouvelles orientations des politiques de l'entreprise.
- Changements d'organisation.
- Évolutions des métiers.

Transmettre les valeurs et la culture

- Incarner les évolutions de la culture, des postures managériales, du "style" de l'entreprise.
- Développer et nourrir la culture Brico Dépôt.
- Renforcer la fierté d'appartenance.

Le dispositif

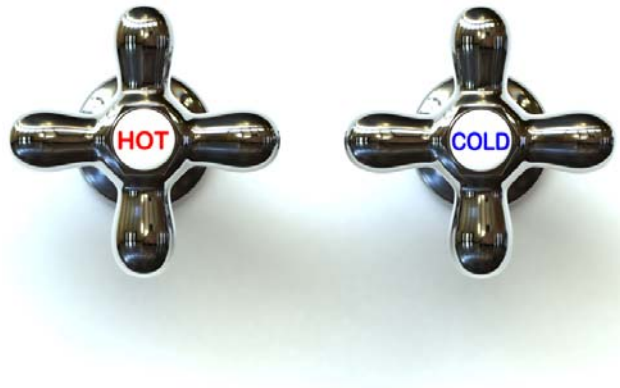
**Dimension managériale :
la réunion mensuelle**



**Dimension individuelle :
la communication « push »**

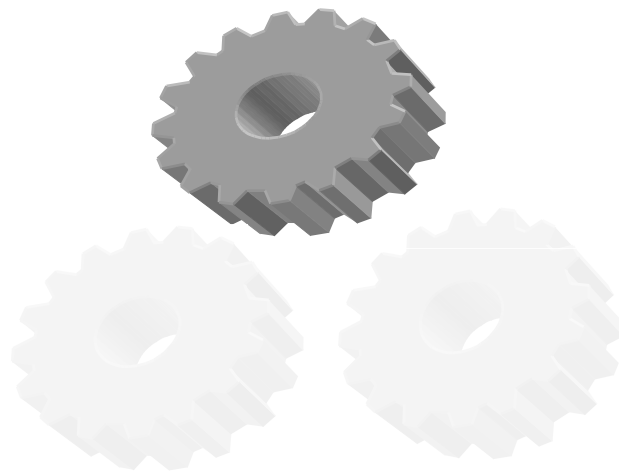
**Dimension collective :
rencontres événementielles**

Communication chaude / communication froide



Le dispositif

**Dimension managériale :
la réunion mensuelle**



**Dimension individuelle :
la communication « push »**

**Dimension collective :
rencontres événementielles**

Prendre du recul



Prendre du recul : un exemple

Fiches & Douilles



Quincaillerie



Décoration



RÉUNION MENSUELLE

Dépôt de [...] – Juillet 2011

+ D'INFOS

DES PRIX

DU STOCK

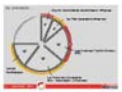
POUR LES PROS

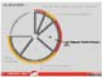
& LES PARTICULIERS

**BRICO
DEPÔT**

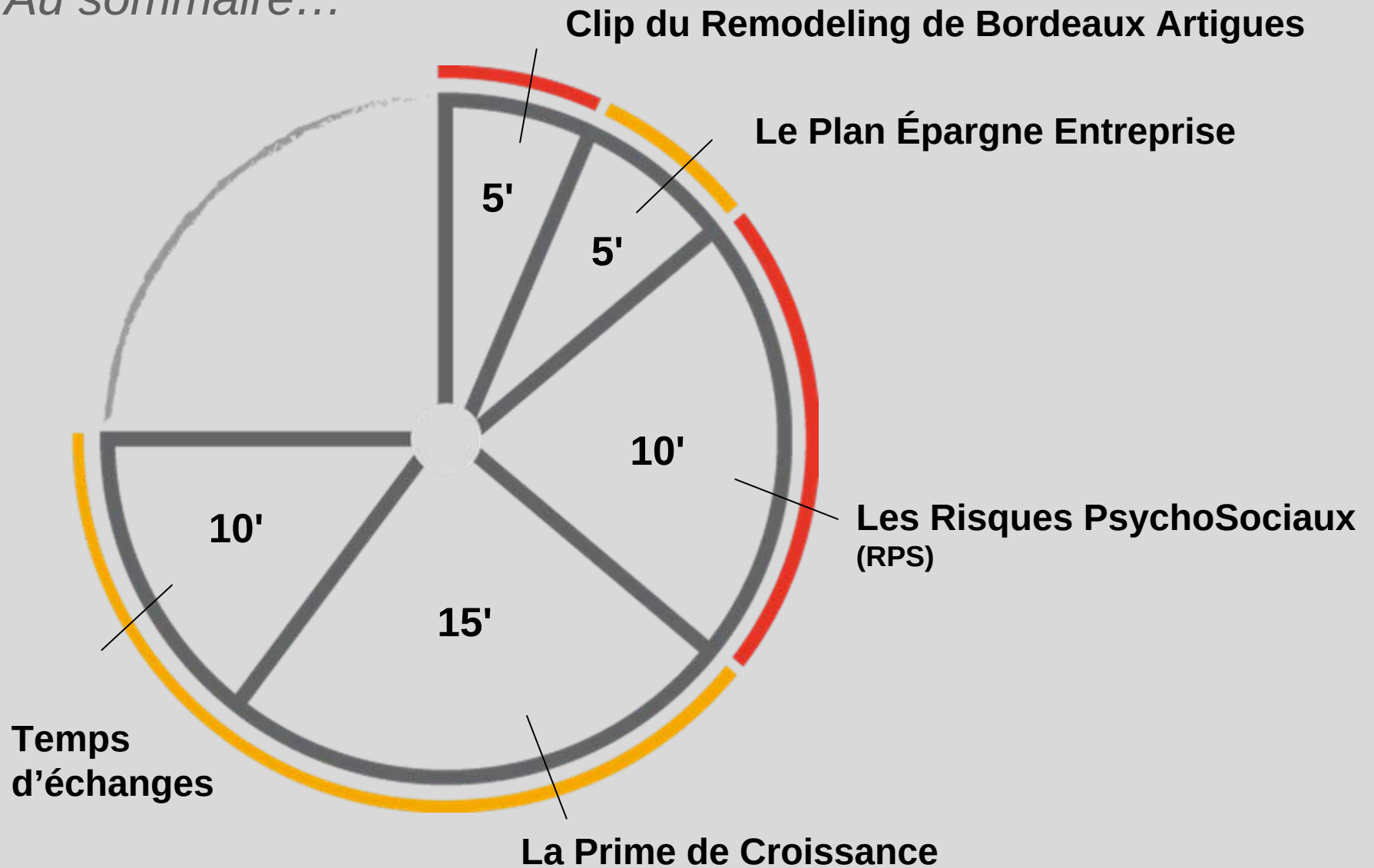
REUNION MENSUELLE - Juillet 2011

GUIDE D'ANIMATION

Ecrans	Commentaires
 Ecran 1	Compléter le nom de votre dépôt.
 Ecran 2	Sommaire
 Ecran 3	Clip du Remodeling de Bordeaux Artigues Objectif de cette partie : faire passer un message très positif aux équipes à l'occasion du record de chiffre d'affaires enregistré par le dépôt d'Artigues le 17 juin 2011 : 480 000 € pour la journée.
 Ecran 4	Diffusion de la vidéo
 Ecran 5	Le Plan Epargne Entreprise Objectif de cette partie : ces slides viennent en complément du rappel sur le PEE et le principe de l'abondement du mois dernier. Il s'agit d'un focus sur les 4 fonds proposés et les cas de déblocage. Nous souhaitons également sensibiliser les salariés à l'opportunité de placer tout ou partie de l'acompte Prime de Croissance du mois d'août. L'animation de cette séquence peut être déléguée au CSA.
 Ecrans 6 à 8	Nous vous invitons à relire la plaquette PEE pour plus de détails sur la composition de ces différents fonds et leurs indices de risque. Quelques définitions : Fonds monétaires : ils investissent dans des valeurs à très court terme ainsi que dans des instruments du marché monétaire. Ces investissements représentent un risque peu important mais offrent cependant des rendements similaires à ceux des produits d'épargne classique. Les fonds monétaires s'envisagent uniquement pour des placements à court terme (soit en moyenne deux ans) souvent qualifiés de placement d'attente.

	Fonds obligataires : ils investissent majoritairement leurs avoirs dans différents types d'obligations (à taux fixe ou variable, convertibles...) en choisissant des émetteurs publics ou privés ; leurs horizons d'investissement peuvent être plus ou moins longs (deux à cinq ans) ; ils allient rendement et sécurité.
 Ecran 9	Les Risques PsychoSociaux Objectifs de cette partie : ➢ Redonner le contexte, le sens et les objectifs de la démarche RPS. ➢ Rappeler les étapes. ➢ Insister sur le rôle d'acteur du CHSCT de chaque dépôt.
 Ecran 10	Définition de la notion de « Risques PsychoSociaux ». Donner des exemples : multi sollicitations, route à traverser pour accéder au bâti déporté... Conséquences : tensions, stress, dépression... Rappeler que certaines situations extrêmes sont allées jusqu'à entraîner des vagues de suicides chez France Telecom qui ont précipité la signature de l'Accord National Interprofessionnel sur la prévention des RPS.
 Ecran 11	Diffusion de la vidéo
 Ecran 12	Présentation de quelques dates clés sur la politique de prévention des RPS sur le plan national ainsi qu'à l'échelle de Brico Dépôt. Précisions : - Négociation à partir de Janvier 2010. - Accord signé en Juillet 2010.
 Ecran 13	Les étapes : ➢ Cette 1^{ère} étape a permis de bâtir la méthodologie d'identification et de prévention des RPS chez Brico Dépôt. ➢ 2 dépôts + 9 dépôts : toutes les régions Brico Dépôt. ➢ Cette 2^{ème} étape a permis d'élaborer <u>le référentiel</u> (situations de déséquilibre identifiées et communes à tous les dépôts) et <u>le catalogue</u> (situations spécifiques). ➢ Travail au niveau de chaque dépôt : validation des situations de déséquilibre propres au dépôt + évaluation du niveau de risque. Mise à jour du Document Unique.
 Ecran 14	11 référents ont été désignés : 1 référent par région, qui est un collaborateur en dépôt. Rappeler que, comme précisé dans la vidéo, l'objectif de la démarche est d'inscrire les RPS et les moyens de prévention sur le Document Unique du dépôt.

Au sommaire...



LE PLAN EPARGNE ENTREPRISE (PEE)

Quelques solutions pour mettre de l'argent de côté...

Le glisser dans un
bas de laine...



Le conserver dans
une tirelire...

Le glisser sous son matelas...



Bernard Madoff

Le confier à un expert
de la finance...

ou encore...

LE PLAN EPARGNE ENTREPRISE

ou encore...

Choisir le **Plan Épargne Entreprise** **(PEE)**

Le truc pour faire grimper
son épargne sans sortir
d'argent de sa poche et
sans payer d'impôts !



1

**Comprendre la
Prime de Croissance**

2

Les résultats du dépôt

3

**Performances
& Difficultés**

4

**Devenir acteurs
de la croissance et
de la prime**



1

**Comprendre la
Prime de Croissance**

2

Les résultats du dépôt

3

Performances
& Difficultés

4

Devenir acteurs
de la croissance et
de la prime



1

*Revisions du
mois dernier*

CHIFFRE D'AFFAIRES

- ACHATS
- FRAIS DIRECTS
- FRAIS INDIRECTS
- = MARGE



1

Caddie moyen
pour notre dépôt

→ **XX €**

Nombre de passages
caisse pour notre dépôt

→ **X XXX par jour**



XXXXXXX € TTC par jour

XXXXXXX € TTC par semaine

XXXXXXX € TTC par mois

XXXXXXX € TTC par an



1

Ajoutons 1€ à ce caddie moyen :



Caddie moyen pour
notre dépôt



XX €

Nbe de passages caisse
pour notre dépôt



X XXX par jour

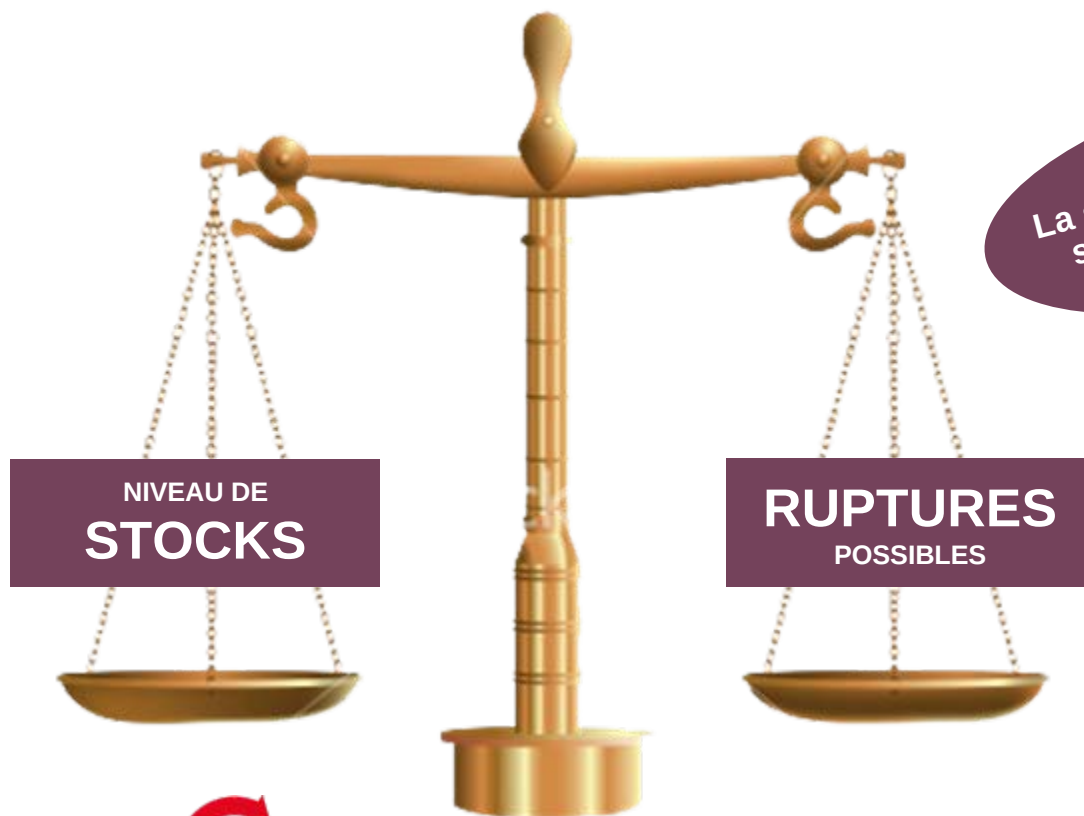


XXXXXX € TTC par jour / + XXXXX €
XXXXXX € TTC par semaine / + XXXXX €
XXXXXX € TTC par mois / + XXXXX €
XXXXXX € TTC par an / + XXXXX €

+ x%



TROUVER LE BON ÉQUILIBRE



RÉDUIRE LES RUPTURES :

AUGMENTER
LE STOCK...

Ça coûte cher !



...RISQUES
DE RUPTURES
RÉDUIT

RÉDUIRE LE STOCK...



...Mais risques
de ruptures !

FORTE AUGMENTATION DE LA DÉMARQUE

DAVANTAGE DE STOCKS =



MOINS DE VIGILANCE...



...ET PLUS DE CASSE !



1

Comprendre la
Prime de Croissance

2

Les résultats du dépôt

3

Performances
& Difficultés

4

Devenir acteurs
de la croissance et
de la prime



1

Comprendre la
Prime de Croissance

2

Les résultats du dépôt

3

**Performances
& Difficultés**

4

Devenir acteurs
de la croissance et
de la prime



Nos performances en juin 2011

Votre texte ici...

Nos difficultés en juin 2011

Votre texte ici...



1

Comprendre la
Prime de Croissance

2

Les résultats du dépôt

3

Performances
& Difficultés

4

**Devenir acteurs
de la croissance et
de la prime**



Priorité n° 1

Votre texte ici...

Priorité n° 2

Votre texte ici...

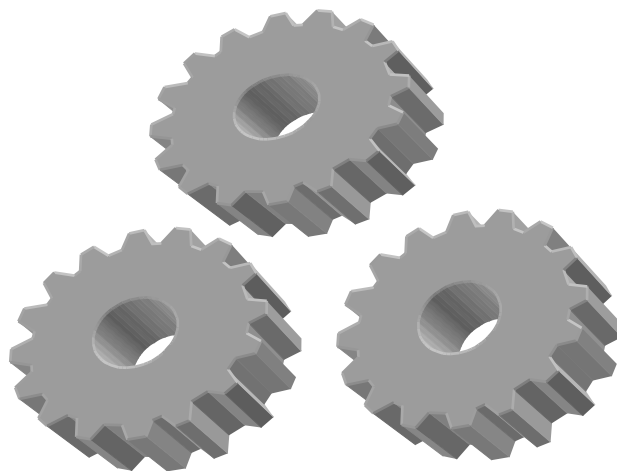
Priorité n° 3

Votre texte ici...



Le dispositif

**Dimension managériale :
la réunion mensuelle**



**Dimension individuelle :
la communication « push »**

**Dimension collective :
rencontres événementielles**

Affiche infos

Other aims.

Cette dernière "Affiche infos" de 2010 est, tout d'abord, l'occasion de vous souhaiter d'excellentes fêtes de fin d'année, à vous-mêmes ainsi qu'à vos proches et amis.

Depuis douze mois, notre entreprise évolue et se transforme. Elle adapte ses fondamentaux, modernise son offre, renforce ses professionnels, écoute davantage ses clients.

Le chantier CST qui vous est présenté s'inscrit dans cette dynamique : il permettra de mettre à portée de main de nos clients des produits complémentaires de qualité. Faire cette suggestion utile, c'est rendre service. Et c'est, pour nous, générer des ventes additionnelles. Le tout, avec une mise en place simplifiée et optimisée. Service au client, produits de bon rapport qualité/prix, organisation efficace : voici la voie à suivre, sur le chemin que nous poursuivrons en 2011.

Alain Szwed, *President, General*

CROSS, STACK & TÊTES DE CAISSES

Cross, Stack et Têtes de Caisses... Ça sonne comme un titre de roman ! C'est surtout un nouveau chapitre de la dynamique commerciale de Brico Dépôt qui veut exploiter pleinement un potentiel supplémentaire de chiffre et de marge.

imagines

Vous voilà dans l'un de nos rayons, occupé à charger sur votre chariot les lames de planche dont vous garinez bientôt des combles jusqu'à perdre. Vous vous voyez déjà en train de les poser ce week-end, le matériau à la main... Un matériau ? Tiens, ça tombe bien : il y en a justement toute une grappe suspendue au rack. Des Magnusson en plus, garantis à vie ! À ce prix-là, vous vous laissez tenter !

La démarche CST qui a été engagée en mars dernier, c'est exactement ça : disposer intelligemment dans les rayons des produits complémentaires à ceux qui sont vendus en racks.

Les CST, qu'est-ce que c'est ?

C comme **cross-marketing**

cross-marketing

Ce sont des produits qui sont positionnés en grappes sur les étagères de racks. Ils favorisent l'achat d'impulsion.

S comme **stack**

Les "stack" (ou "stack-out") sont des produits présentés dans des caisses disposées dans l'allée, généralement sur des quarts de palette. Très visibles, les stack font généralement l'objet d'un affichage prix percutant.

T comme
têtes de caisses



Qu'ils soient disposés sur grilles ou en bord caisson, les produits en têtes de caisson fonctionnent aussi l'achat d'impulsion. Cela s'est vérifié avec les piles électriques dont les ventes ont été multipliées par 3 depuis qu'elles sont placées à cet endroit.

L'art de bien placer les racloirs...



fumée qui, placée dans le rayon chauffé et sur les grilles de cuisson, ont enregistré une compression de CA de plus de 340 %.

Les produits de CST ne doivent pas être négligés : savez-vous qu'ils représentent déjà près de 4 % du CA total de l'emballage et près de 6 % de la marge ? Il s'agit en effet généralement de produits dont le taux de marque est très largement supérieur au taux moyen des autres produits vendus par Brico Direct.

La démarche CST n'a d'autre but que de développer encore les ventes de ces produits très rentables tout en répondant aux besoins de nos clients.

Les CST : une gamme à part entière

Pour atteindre ce double objectif, plusieurs nouveautés vont être mises en place d'ici à juin 2011 :

- Choisir une **gamme** à part entière, les produits en CSD disposent de **codes articles spécifiques**.
- CSD **postérieurs** en 1^{er} prix, c'est fini. Il s'agit d'écarter les produits de **couleur de gamme** et de **bonne qualité**.
- Franchement, faire un stock de **causes** de **utilisons** dans le rayon n'en vend plus de la silicone, à quel sert ? Les produits CSD seront **disposés** de **taquin** efficace : ce seront des **articles complémentaires** favorisant l'achat d'impulsion. Leur disposition sera d'ailleurs **intégrée** dans les **plans** grammes.
- Comme la **certaines** de **gants** c'est 80 %, **de** **gants** CSD sont **bons** en **petits** à **vendre**, et **sur** **petits** à **être** **suspensés** (pour les **cross-marketing**) **entre** **les** **quart** de **poignées** (stock **out** **à** **être** **disposés** dans les **plans**).

Sur les titiles de caisses, deux produits CSE seront déterminés par la Direction Commerciale. Les autres seront gérés par les dépôts eux-mêmes pour dynamiser leur commerce.

100



Accompagnement des régions : pilote en région Aquitaine

