



**DECATHLON**

# L'INNOVATION AU SERVICE DE LA RELATION

Pour Decathlon, **l'innovation doit être au service du client.** L'enseigne de sport préférée des Français <sup>(1)</sup> veut que la technicité de ses magasins aille de pair avec **la compétence de ses équipes.**

**Ainsi, en cette rentrée 2014, les innovations de service sont réelles et multiples : retrait en magasin des commandes passées sur Decathlon.fr, outil Mobistore et RFID** déployés sur l'ensemble des 262 magasins. Decathlon met l'innovation au premier rang de ses actions afin de rendre la vie du client et du collaborateur plus facile.

**Simplifier l'acte d'achat pour les passionnés de sport, mais aussi rendre toujours plus techniques les équipes en magasin, tel est le quotidien de Decathlon.**

Découvrir le dossier de presse digital :

<http://presse.decathlon.fr/link/nwCGVY>

(1) Résultat de l'étude sur l'attractivité des enseignes menée par OC&C Strategy Consultants. Sur 91 enseignes, Decathlon termine sixième au classement général.

Les autres enseignes de sport se classent aux 43ème, 54ème et 76ème places (respectivement Intersport, Sport 2 000 et Go Sport).

# RFID

## La révolution gagnante pour tous

L'innovation de service commence par le plus simple des objets : une étiquette « révolutionnaire ». Petite, rectangulaire, une puce électronique intégrée, cette étiquette fonctionne avec le système dit RFID : « Radio Fréquence Identification », due à une émission d'ondes.

Decathlon se montre pionnier en la matière dans le commerce de détail en déployant cette technologie. La RFID, c'est cette étiquette munie d'une puce d'identification. Chaque produit peut être ainsi suivi à distance, quels que soient les volumes, pour mieux servir le client, en temps et en heure.



“ Pour satisfaire le client, la disponibilité de nos produits doit être la plus grande possible. L'utilisation de la RFID nous permet d'ajuster avec encore plus de précision notre stock aux besoins de nos clients. ”

*Jean-Marc Lieby, Responsable du projet RFID en retail*

## LA RFID POUR LES CLIENTS DECATHLON

Les avantages de la RFID pour les clients Decathlon sont nombreux :



**Accélérer le passage en caisse,**  
dans les magasins équipés de lecteurs RFID



**Bénéficier de produits à prix toujours raisonnables,**  
car les coûts sont abaissés (stockage, acheminement, diminution des vols, etc.)



**Obtenir un service après-vente plus efficace :**  
l'échange des produits, achetés en magasin ou sur internet, non utilisés ou sous-garantie, devient possible sans ticket de caisse



**Plus de sécurité :**  
Moins de vols équivaut à des produits moins onéreux



### UN PASSAGE EN CAISSE ÉCLAIR !

Le temps des embouteillages en caisse est révolu ! Arrivé en caisse, **le client n'a plus besoin de scanner les articles : il lui suffit de les déposer sur le lecteur RFID puis dans le bac. Automatiquement - et instantanément - le montant de tous ses achats s'affiche.** Terminées aussi les alarmes intempestives ! La puce se désactive après paiement et il devient impossible à un article de faire sonner les alarmes des antennes anti-vol.

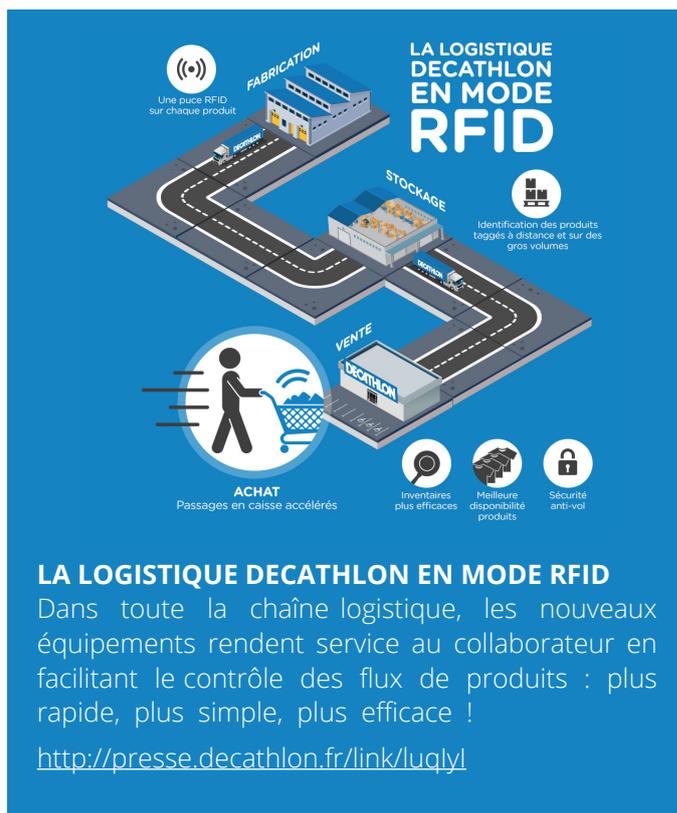
## LA RFID DANS LA LOGISTIQUE DECATHLON

### Les collaborateurs Decathlon, équipés d'outils de lecture, peuvent suivre à distance ces produits grâce au procédé RFID.

Tous les entrepôts Decathlon d'Europe, et bientôt de toutes les zones géographiques où l'enseigne est présente, sont dotés d'outils destinés à lire les puces : des tunnels sur les convoyeurs, des mâts permettant de scanner une palette entière, des lecteurs à l'entrée des trieuses. Ce suivi couvre toute la chaîne, de la fabrication à la vente, jusqu'aux mains des clients qui, dès leur premier passage en caisse, peuvent effacer cette trace. Pour ceux qui le souhaitent, en effet, les puces sont désactivables sur simple demande (en demandant à un vendeur, un agent de sécurité, ou en le faisant soi-même en posant le matériel dans un bac conçu à cet effet). Le gain de temps – et donc, *in fine*, d'argent pour le client – est considérable puisque toute la chaîne logistique est suivie.

### LA RAQUETTE DU FUTUR DÉJÀ PRÉSENTE CHEZ DECATHLON

Les « raquettes d'inventaire » assistent le collaborateur en magasin. Elles permettent de réaliser des inventaires précis et complets où sont consignées toutes les informations utiles (modèle, taille, couleur, disponibilité...). « Tout est plus simple et plus rapide ! » précise Eric Meurisse, vendeur dans le magasin de Villeneuve d'Ascq. En effet, le collaborateur peut réaliser les opérations d'inventaire environ 5 fois plus vite grâce à la RFID ! Le travail est rendu plus simple, lui permettant un gain de temps considérable, qui se répercute sur sa disponibilité auprès du client. « Après ces changements, on se voit mal revenir aux anciennes méthodes ! » conclut le vendeur.



La quasi-totalité des produits vendus dans les magasins Decathlon est aujourd'hui déjà équipée en étiquette RFID : textile, chaussures et accessoires non métalliques.

Decathlon est parmi les toutes premières enseignes à déployer la RFID : dès juillet 2013, tous les produits des Marques Passion – les marques propres au groupe Oxyane, distribués exclusivement dans les magasins Decathlon – étaient étiquetés RFID en usine. Et, depuis le printemps 2014, la plupart des produits des autres marques est également munis d'étiquettes RFID. « 85% des produits, en nos magasins, disposent d'une puce RFID, et le chiffre sera de **100% en 2017** » précise **Patrice Ribout, chef de projet**. En mai 2014, 90% des magasins Decathlon utilisaient le système RFID et le déploiement du système se poursuit à rythme soutenu.

# Mobistore

## L'outil qui rapproche toujours plus Decathlon du client

### Qu'est-ce que le Mobistore ?

Le bras digital prolongeant celui du vendeur ! C'est une application lisible et accessible sur le portable (smartphone ou tablette) de chaque vendeur. C'est un outil complet d'aide à la décision, exclusif, et déployé partout dans les Decathlon de France (et désormais, étape par étape, dans les Decathlon à l'étranger).

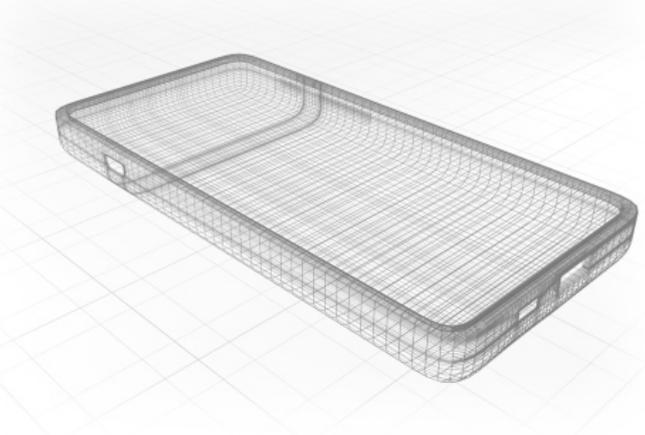
Les collaborateurs présents en magasin, grâce à cet outil relié à la wi-fi peuvent, à tout moment de la journée, et à tout endroit du magasin, avoir accès aux informations utiles sur les produits : caractéristiques techniques, fiches descriptives, disponibilité des stocks, prix, gammes, etc.

“ Pour les vendeurs, l'apport de cette application est déterminant. Ils ont accès instantanément à une base complète d'informations sur les produits mais aussi et surtout sur l'état des stocks et la disponibilité dans le magasin où vous vous trouvez et ceux de proximité. Elle permet de faire la chasse à la rupture et de commander les produits manquants. ”

*Stéphane Saigre, Directeur Général de Decathlon France*

Ce service interactif et connecté rend l'achat en magasin plus facile. Outre **le conseil immédiat apporté au client par le vendeur qui lit toutes les informations pratiques et techniques en un coup d'oeil**, le Mobistore accompagne également le vendeur dans le balisage pour informer le client dans les rayons, appeler de nouveaux stocks, mais aussi passer commande en ligne si le produit n'est pas immédiatement en rayon.

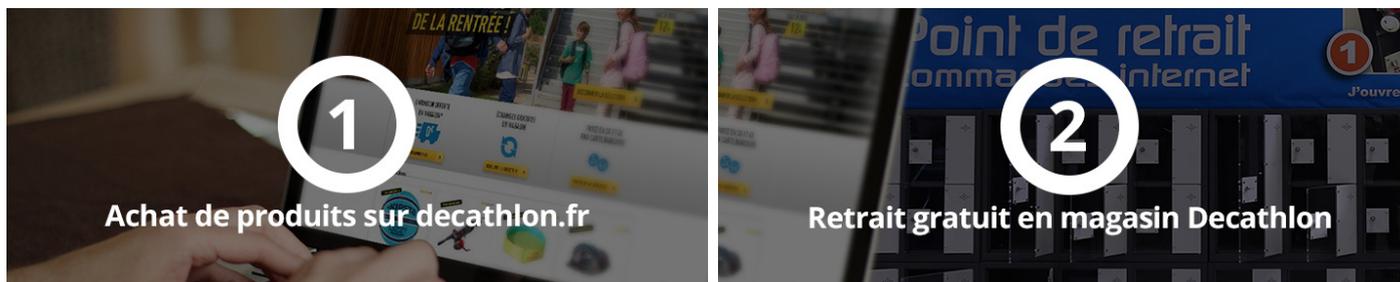
En réduisant les déplacements des vendeurs, en rendant plus pratique leur quotidien, **le Mobistore améliore encore la disponibilité des produits mais aussi - et surtout - celle du collaborateur qui va pouvoir passer plus de temps auprès du client et rendre son passage en magasin plus rapide et agréable.**



En quelques secondes, muni de son Mobistore, le vendeur scanne l'étiquette de la chaussure et accède immédiatement à un ensemble de données.

# e-Reservation

Réservation en ligne + Point Retrait Magasin = facilité assurée



Achat de produits sur decathlon.fr

Retrait gratuit en magasin Decathlon

Les Points Retrait Magasin - ou les « commandes Internet magasin » - constituent la troisième innovation de service. D'un magasin électronique à un magasin physique, l'achat et l'acquisition du produit se font tout naturellement. Les clients le désiraient, Decathlon l'a fait.

**Ce service omni-canal signé Decathlon répond à la volonté des clients de l'enseigne : 87% d'entre eux viennent désormais sur decathlon.fr pour préparer un achat magasin<sup>(2)</sup> et permet de rendre disponible au client Decathlon, à tout instant, 100% de l'offre, Internet et magasin<sup>(3)</sup>.**

## UN DOUBLE CHOIX SUPPLÉMENTAIRE, NOVATEUR ET GRATUIT

Outre la livraison à domicile (Express ou classique) ou en point relais colis pour récupérer le produit, le client se voit proposer un double choix supplémentaire, novateur et gratuit :

**CAS N°1 :** le produit est immédiatement disponible  
Dans ce cas, le client peut opter pour la livraison gratuite en Point Relais Magasin : il choisit le magasin le plus pratique pour retirer sa commande, sur les 262 Decathlon présents sur l'ensemble du territoire. Une heure après sa réservation en ligne, le client est en mesure de récupérer sa commande.

**CAS N°2 :** le produit n'est pas disponible immédiatement  
Suivant le même procédé, le client choisit son produit, le réserve et sera livré dans le magasin Decathlon de son choix en France dans un délai de ... 48h !<sup>(4)</sup>



Dans les deux cas, le client sera accompagné par les conseils des vendeurs Decathlon, présents pour répondre à ses attentes et demandes : produits complémentaires, échanges, etc....

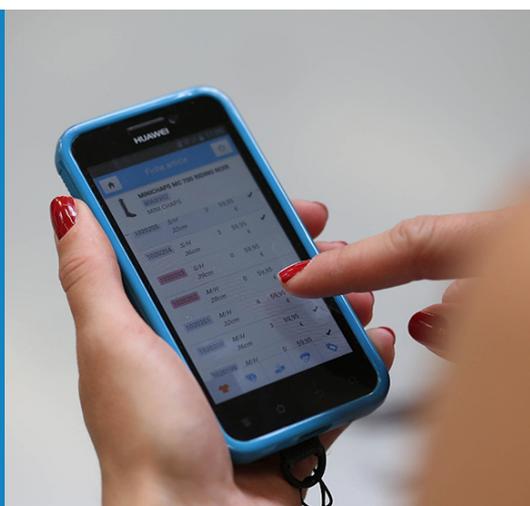
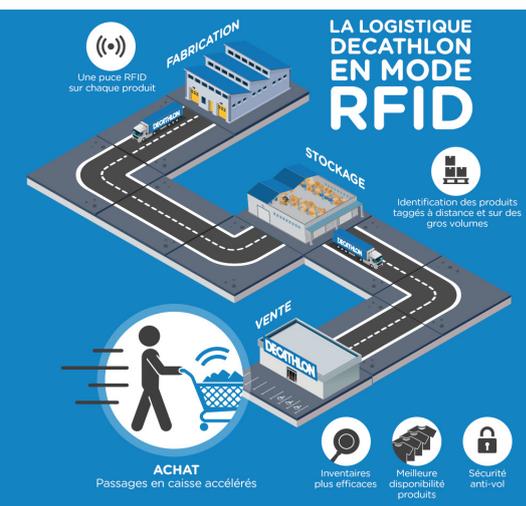


Depuis le site marchand decathlon.fr ou via l'Application Decathlon disponible sur mobile, **le client peut rechercher des produits, les comparer, en vérifier la disponibilité dans le magasin de son choix, puis réserver et acheter son produit.**

(2) Enquête ROPO Fullsix : « Mesure des flux ROPO2 Web to Store et Store to Web Decathlon », mai 2013.

(3) Articles de moins de 30 kilogrammes, hors volumineux.

(4) Dans 97 % des cas.



**Pionnier en RFID, premier avec le Mobistore et leader avec la réservation en ligne couplée en Point Relais Magasin, Decathlon voit l'innovation comme la source permanente d'amélioration avec son client. Pour ce dernier, tout devient ainsi possible. Satisfait, ou... satisfait.**

Les collaborateurs de Decathlon connaissent leur mission. Une seule possibilité : que leur client reçoive le service et trouve le produit adapté, technique, abordable, qui rendra sa pratique sportive sûre et confortable.

## DÉCOUVRIR LE DOSSIER DE PRESSE DIGITAL

<http://presse.decathlon.fr/link/nwCGVY>

## TÉLÉCHARGER LE KIT MÉDIA

<http://presse.decathlon.fr/communique-presse/innovation-services/decathlon-innovation-kit-media.zip>

# INNOVATION by **DECATHLON** AWARDS 2014

## RENDEZ-VOUS LE 9 OCTOBRE 2014

L'innovation fait partie de l'ADN de Decathlon. Les Marques Passion et leurs équipes travaillent au quotidien à concevoir et développer les produits sportifs de demain. Que l'innovation réside dans l'usage ou dans la technologie, ces produits sont issus d'un travail collaboratif de la conception à la vente.



**Chaque année, les meilleures innovations sont présentées et récompensées lors d'une cérémonie au Zénith de Lille, devant 4 000 collaborateurs et des milliers d'Internauts : les Innovation Awards. La date à cocher pour ce rendez-vous incontournable en 2014 : le jeudi 9 octobre.** Cette soirée est le temps fort de l'année pour les équipes et une opportunité pour le public de découvrir des produits toujours plus innovants.



Suivez les dernières informations sur la soirée :  
<http://presse.decathlon.fr/actualites/2014/>

#decathloninnove

## RELATIONS PRESSE

Toutes les actualités Presse et Media de Decathlon  
<http://presse.decathlon.fr/actualites/2014/>

Xavier Rivoire  
[xavier.rivoire@decathlon.com](mailto:xavier.rivoire@decathlon.com)

Marion Clavel  
[marion.clavel@decathlon.com](mailto:marion.clavel@decathlon.com)

## SOCIAL MEDIA



[youtube.com/user/decathfrance](https://youtube.com/user/decathfrance)



[facebook.com/Decathlon.France](https://facebook.com/Decathlon.France)



[twitter.com/decathlonfrance](https://twitter.com/decathlonfrance)



[plus.google.com/104925405556840172364/posts](https://plus.google.com/104925405556840172364/posts)



[linkedin.com/company/decathlon-internacional](https://linkedin.com/company/decathlon-internacional)