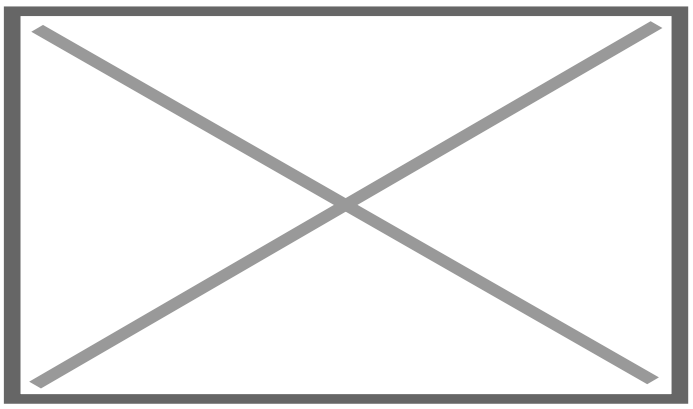
novembre 2020

La Plateforme du Bâtiment

Accueil / BBI / Distribution

Des magasins au pied des chantiers

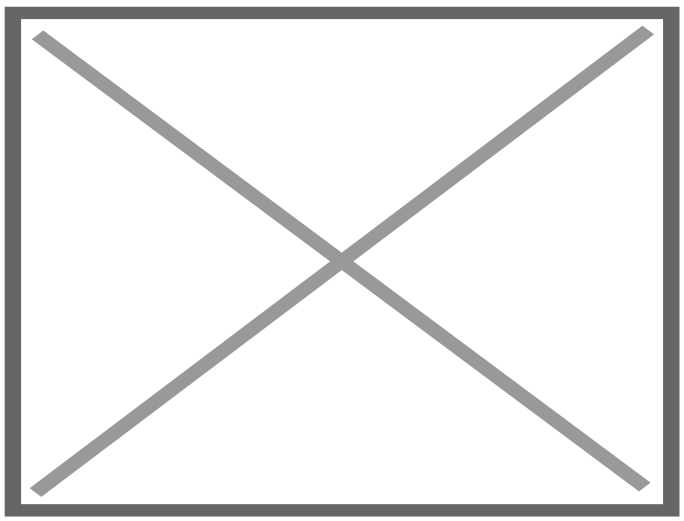
En développant son format Comptoir, la Plateforme du bâtiment a pour ambition de se rapprocher des chantiers urbains, pour mieux répondre aux problématiques de ses clients artisans.



La Plateforme du bâtiment, l'enseigne du groupe Saint-Gobain Distribution Bâtiment qui cible les petites entreprises du bâtiment axées sur la rénovation urbaine, poursuit son extension en intensifiant notamment son développement sur les formats de proximité, au cœur des grandes agglomérations.

Disposant aujourd'hui de soixante-six magasins, elle peaufine son maillage en déclinant son approche selon quatre formats. Créé en 1998, à Nanterre, le format classique comprend quarante et un magasins implantés en périphérie des grandes villes, avec des surfaces de 3 000 m^2 proposant 20 000 produits en libre-service. Le format Compact, huit magasins de 1 500 m^2 pour 12 000 produits, s'installe, lui, aux portes des grandes villes. En 2010, l'enseigne pénètre un peu plus loin dans les centre-villes, avec son format City (douze magasins), qui présente 5 000 produits sur 600 m2.

Et en 2018, suite à un projet de vision partagée mené auprès des 2 300 collaborateurs de l'enseigne, cette dernière ouvre le format Comptoir, dans le quartier de la gare de Lyon, à Paris, avec la volonté de se rapprocher encore un peu plus des chantiers. Comportant aujourd'hui cinq magasins, ce concept qui propose 5 000 articles en stock sur une surface de 300 m^2 a été mis en place sur les sites de l'ancienne enseigne du groupe Outiz, à Paris Richard Lenoir, Montrouge, Maison Alfort et Vitry-sur-Seine.



« *Au départ, pour les équipes de la Plateforme, qui s'est construite sur un concept de « tout sous le même toit* », l'idée du comptoir était contre-intuitive, cela nous renvoyait à une image du passé » explique Jean-Louis Bolard, directeur général. « *Mais le comportement des clients évolue. Ils viennent le matin dans les magasins Classique ou Compact, où ils apprécient de recevoir un conseil et d'avoir un contact humain. Ensuite, lorsqu'ils sont sur le chantier, pour leur éviter les allers-retours, nous leur proposons plusieurs solutions possibles.* »

Livraison en moins de deux heures

Cette démarche s'appuie sur différents services adaptés à un milieu urbain. Au-delà de la possibilité de commander en ligne et sur l'application mobile, l'artisan peut passer un appel téléphonique, sachant qu'une équipe centralisée répond en moins de deux

minutes aux demandes, ou recourir à un nouveau canal, le SMS. Il peut également régler sa commande par ces différents moyens. Si l'entreprise veut obtenir son matériel dans la journée même, elle peut évidemment envoyer quelqu'un dans l'un des magasins classiques de la Plateforme où sous une heure, la commande peut être récupérée, ou dans un format Comptoir où la mission des équipes est de délivrer la marchandise en moins de trois minutes, les professionnels n'ayant pas le loisir de stationner pendant longtemps en milieu ultra-urbain.

Pour une mise à disposition dans la journée, le client peut également se faire livrer rapidement puisque l'enseigne a mis au point une offre logistique expresse en moins de trois heures. Elle propose même une solution complètement décarbonée. Orchestrée avec un prestataire extérieur, K-Riole permet, depuis le Comptoir, une livraison avec un vélo équipé d'une remorque en assistance électrique pour acheminer des produits de moins de 200 kg en moins de deux heures. L'ambition est de livrer à terme des produits plus encombrants.

Et si le format comptoir n'a pas le produit disponible dans les 5 000 références en stock, ce dernier peut être expédié notamment depuis le centre de préparation de Pantin, qui assure également les réapprovisionnements quotidiens des points de vente de proximité. « *Le format Comptoir répond aux attentes des clients qui veulent passer plus de temps sur leur chantier. Son score NPS (NDLR : indice qui permet de mesurer la satisfaction d'une marque) est de dix fois supérieur à celui des autres formats* » précise Jean-Louis Bolard. Si le format City, un peu plus grand et dont l'ouverture d'un nouveau site est annoncée en décembre, permet à l'enseigne de mieux exprimer son offre, le format Comptoir lui semble ainsi le mieux adapté aux enjeux de demain. L'objectif est d'en ouvrir dans tous les arrondissements parisiens d'ici 2025.

Agnès Richard