



CASE STUDY

«On the road again» : plein gaz à la boutique de la station-service... sans obligation d'achat de carburant

La division des stations-service de l'entreprise de taille moyenne Team energie GmbH & Co. KG développe des concepts novateurs pour ses stations-service, et Panasonic Connect contribue à leur mise en œuvre.

Client: team energie GmbH & Co. KG

Location: Flensburg, Germany

Product(s) supplied: **Electronic Shelf Labels**

Challenge

Créer une connexion sans fil au système de point de vente (POS) déjà installé pour mettre automatiquement à jour les prix affichés dans la boutique de la station-service, à tout moment et sans erreur.

Solution

Après l'avoir développé et installé, Panasonic Connect exploite désormais un système clé en main d'étiquetage électronique des linéaires, directement connecté au système de point de vente central. Ainsi, le système réduit les erreurs d'étiquetage des prix, optimise la présentation des produits dans le magasin, et ouvre de nouveaux débouchés aux campagnes marketing et aux études de marché

«Nous souhaitons ouvrir de nouveaux horizons aux entreprises de taille intermédiaire et, avec Panasonic, nous avons affaire à un partenaire professionnel dont le service répond mieux à nos besoins.»

Benjamin Perner, Responsable Catégories chez team energie GmbH & Co. KG

Jusqu'à 900 clients font chaque jour leurs achats à la station-service, essentiellement des familles et des commerçants de la région de Flensburg. Adaptée aux goûts locaux, la gamme disponible dans la boutique de la station-service couvre également les besoins des clients réguliers en provenance du Danemark voisin, et s'adapte rapidement aux évolutions des tendances. Pour satisfaire ces divers besoins, l'entreprise propose aujourd'hui plus de 1 000 produits, presque autant qu'un détaillant discount, mais sur une surface de 100 m² seulement, soit 10 % environ de la taille d'un supermarché.

« Dans une boutique de station-service, l'espace est un luxe rare, mais les clients s'attendent toujours à y trouver les nouveautés et les produits à la mode, par exemple le thé glacé soudainement devenu populaire l'année dernière et que tout le monde devait proposer », explique Perner. À 35 ans, il travaille depuis 4 ans chez team energie GmbH & Co. KG en tant que responsable Catégories.



Selon lui, cette cadence rapide accroît la pression pour une gestion efficace de l'espace. Lorsque l'écart entre articles à succès et produits invendables ne cesse de rétrécir, l'aménagement du magasin doit répondre à des exigences particulières. En conséquence, l'étiquetage des prix n'est pas toujours cohérent, même combiné avec des produits exclusivement disponibles au niveau régional. Perner perçoit un énorme avantage dans le nouveau système, mis en œuvre avec l'aide de Panasonic Connect, et en particulier lorsqu'il s'agit de relever ce défi. « Avec le passage à l'étiquetage électronique des linéaires et le choix délibéré de ne pas utiliser d'étiquettes différentes, toutes les incertitudes quant à la tarification des produits disparaissent, tout en gardant la flexibilité nécessaire en cas d'évolution de la gamme et en maintenant le magasin bien rangé. »

En collaboration avec le client, l'équipe d'ingénieurs de Panasonic a créé des modèles d'étiquettes spécifiques, qui s'intègrent parfaitement à la disposition des linéaires, par exemple pour les gondoles présentant plusieurs produits. Des fonctions comme les tags NFC et les codes QR ont également été introduites avec les étiquettes. Comme avec les étiquettes électroniques conventionnelles, ces fonctions peuvent être contrôlées de manière centralisée. La conclusion de Perner est donc positive : « Les produits sont mieux agencés en rayon et, surtout, les prix sont clairement lisibles pour les clients. Le magasin a l'air plus soigné, seul le personnel autorisé peut ajuster les prix et les présentoirs sont inamovibles », explique-t-il.



Moins d'erreurs, gain de temps et meilleur service pour le client

Plus de 800 étiquettes de prix ont été installées et configurées. Leur mise en place n'a pris qu'une journée. La station-service de Flensburg a servi de projet pilote. « Avant tout, nous voulions comprendre ce que nous pouvions faire et ce dont nous avons besoin », résume Perner. L'étiquetage électronique des linéaires est désormais utilisé dès qu'il présente un avantage, par exemple pour les boissons, les marchandises suspendues et les présentoirs des caisses.

À cet égard, le rôle de la connexion au système POS a été décisif. L'entreprise poursuit une collaboration fructueuse avec Huth depuis plus de 20 ans. Aux côtés de Huth, l'équipe d'ingénieurs de Panasonic Connect a développé la solution back-end pour team energie GmbH & Co. KG. Le premier objectif était la justesse des prix, c'est-à-dire de travailler dans la conformité. « Dans le système de point de vente, les prix stockés sont toujours corrects. Notre objectif a alors été d'automatiser entièrement la synchronisation des étiquettes avec le point de vente », explique Jens-Michael Pohl, spécialiste informatique et chef de projet pour l'équipe d'ingénieurs de Panasonic System.

Outre la réduction des risques d'erreur, le but était de limiter au maximum le travail manuel requis, afin de pouvoir nous consacrer davantage à nos clients. Au bout d'un mois d'essai seulement, l'entreprise peut déjà tirer une première conclusion. « Le temps économisé chaque jour par les employés est passé de 15 à presque 30 minutes, qu'ils peuvent désormais consacrer à d'autres tâches », explique Jens-Michael Pohl.

Le système d'étiquetage électronique des linéaires présente encore d'autres atouts. Entre autres, il permet de piloter des promotions ciblées : il suffit d'appuyer sur un bouton pour transformer les étiquettes de gondoles en offres spéciales, dont le prix devient plus visible en rouge dans un cadre rouge. « L'année dernière, les présentoirs des caisses étaient en perte : les préférences des clients ont évolué, les ventes de chewing-gum ont régulièrement diminué et les confiseurs n'ont proposé que peu de nouveautés aux consommateurs. Nous voulons aujourd'hui inverser cette tendance au travers de promotions et d'offres ciblées », explique Benjamin Perner. « Pour l'instant, nous voulons jouer sur les designs pour mieux mettre en valeur l'emplacement des nouveautés, où les clients profitent des promotions », souligne-t-il. « Mais à l'avenir, nous voulons exploiter la tarification dynamique pour mettre en avant certains produits et les offres spéciales, et pour mesurer si les bénéfices de ces changements se répercutent les uns sur les autres. » Enfin, dernier point mais non des moindres, le responsable discerne ici un autre potentiel de vente et de marketing : en accédant au serveur des transactions, team energie GmbH & Co. KG a la possibilité de réaliser des études de marché, voire même d'envoyer des offres spéciales aux clients réguliers dans certains cas.



Par ailleurs, ces étiquettes ont un autre avantage immédiat que les clients remarqueront aussitôt. « En collaboration avec notre fournisseur de lubrifiants et d'huiles de moteur haut de gamme, nous avons lié un code QR à une page de recherche des types d'huile. Ainsi, les clients l'utilisent pour identifier l'huile moteur adaptée à leur voiture », explique Perner. Ce n'est-là qu'un exemple ; d'autres suivront bientôt. Actuellement, les tags NFC installés automatiquement dans toutes les étiquettes sont toujours reliés à la page Facebook de l'entreprise, mais d'autres applications sont déjà envisagées. Grâce à l'étiquetage électronique des linéaires, il est possible d'ajuster les prix à tout moment et sans erreur.

En collaboration avec Huth, le fabricant de points de vente, et les techniciens de team energie GmbH & Co. KG, la solution a été optimisée individuellement pour les besoins de chaque site. Outre les 800 étiquettes, la solution comprend des systèmes et supports d'étagères, la connexion au cloud au travers de deux points d'accès vCloud et des scanners de codes-barres avec accès Internet.

