

1^{er} juillet 2011

Avec la technologie géomarketing d'OPTI-TIME, Auchan affine les études d'impacts et les analyses liées au développement de ses magasins

Le service Etudes d'Auchan utilise ChronoMap pour MapInfo, la solution d'analyse géomarketing d'OPTI-TIME, éditeur français de logiciels d'optimisation de tournées et de planification des interventions des équipes. Elle permet à l'enseigne de cartographier les bases de données de ses clients.

Auchan, l'une des plus importantes enseignes de la grande distribution en France, possède plus de 120 hypermarchés implantés sur tout le territoire. Son service Etudes, qui appartient à la Direction du Développement, utilise depuis 2005 la solution ChronoMap pour MapInfo d'OPTI-TIME pour cartographier ses bases de données et en avoir une vision géographique dynamique.

Le service Etudes d'Auchan a pour mission de fournir des analyses ; il examine en détail les comportements des clients de chaque magasin : type de population, fréquence des courses, panier moyen, etc. Ses analyses permettent d'affiner les décisions relatives à la création de nouveaux magasins, l'agrandissement de magasins existants, l'impact de la concurrence, la provenance de la clientèle, etc.

« Toutes nos études ont pour but de déterminer l'impact de certaines réflexions ou décisions sur le chiffre d'affaires des magasins. Il était donc vital de disposer d'un outil précis, tenant compte en particulier des caractéristiques détaillées du réseau routier », détaille Thibaut Collonnier, Responsable du Service Etudes au sein de la Direction du Développement du groupe Auchan.

Le service Etudes d'Auchan utilise ChronoMap pour MapInfo d'OPTI-TIME pour :

- cartographier les **zones de chalandise** de ses magasins, en intégrant éventuellement les enseignes concurrentes, et en tenant compte des caractéristiques complètes du réseau routier
- déterminer des **modèles croisant les comportements** d'achat avec les zones de temps d'accès afin de simuler avec précision le potentiel d'un nouvel hypermarché
- étudier la **provenance des clients** des différentes communes afin de réfléchir à des modifications éventuelles sur le réseau routier ou sur la circulation aux abords des magasins
- analyser les **modifications des accès** aux magasins afin de simuler l'impact sur les temps de parcours et par conséquent sur le chiffre d'affaires d'un magasin existant ou d'un nouveau magasin
- **cartographier les clients** possédant la carte de fidélité afin de cibler certaines actions commerciales ou de proposer des services complémentaires en fonction de leur localisation

ChronoMap pour MapInfo d'OPTI-TIME a permis à Auchan de doubler le nombre d'études faites chaque année ; les collaborateurs du service Etudes peuvent consacrer plus de temps aux analyses et à l'étude terrain.

Auchan a également pu améliorer la qualité de ses analyses en proposant une vision dynamique des données : temps d'accès, itinéraires privilégiés, fréquence de visite en fonction du temps de parcours, etc. ; il a pu avoir une vision plus détaillée et pertinente de sa clientèle et de son comportement et avoir des simulations réalistes lors des études de nouvelles infrastructures.

« Grâce à ChronoMap nous avons pu, en quelques années, fournir de nouvelles informations à valeur ajoutée à différents services de l'entreprise » explique Thibaut Collonnier.

À propos d'OPTI-TIME SA - <http://www.opti-time.com>

OPTI-TIME SA est une société éditrice de logiciels de planification temps réel des équipes et des interventions, d'optimisation de tournées de véhicules et de géomarketing. Les solutions d'optimisation de tournées conçues par OPTI-TIME SA permettent des gains de productivité de 10 à 40% selon les contextes.

OPTI-TIME SA compte cinquante personnes ; la société est implantée à Paris, Grenoble, Caen, Madrid et Bogota. Son équipe commerciale directe couvre la France, l'Espagne, l'Italie et l'Amérique latine (Bogota). Elle intervient dans 35 pays avec son réseau de plus de soixante distributeurs dont des acteurs de références en Allemagne, Amérique du Nord, Amérique Latine, Autriche, Benelux, Espagne, Europe de l'Est, Italie, Royaume-Uni (Xmbrace).

Contacts Presse :

H&B Communication - Emily Bass, Claire Flin - Tel 01 58 18 32 59 / 53 - e.bass@hbcommunication.fr
Opti-Time SA - Bertrand Eichinger - Tel 04 76 52 54 51 - bertrand.eichinger@opti-time.com