

Développement de la stratégie omnicanale au sein du Groupe Casino



Entreprise : Groupe Casino
Période : 2018-2019
Tuteur : Martin Calmels

Présentation de l'entreprise

Le Groupe Casino est un groupe international réalisant 36 milliards d'euros de CA HT, numéro 1 de la distribution au Brésil et en Colombie, numéro 1 du e-commerce en Colombie et numéro 2 en France.

En France, fort de son réseau, le groupe Casino est parfaitement à même d'accompagner les grandes mutations à l'œuvre dans la distribution : la migration progressive du non alimentaire vers le e-commerce (Cdiscount), l'urbanisation et le vieillissement des populations, la polarisation de la consommation entre les formats qualitatifs et discount (Monoprix, Franprix, Leaderprice). Cette vision conduit le Groupe à miser sur quatre formats d'avenir susceptibles de porter durablement la croissance : le premium, le discount, la proximité et le e-commerce. Pour favoriser leur développement sa dimension multiformats offre de nombreux leviers d'action. C'est pourquoi Casino souhaite aujourd'hui établir des synergies entre ses différentes enseignes pour bâtir une stratégie d'omnicanalité.

Thématique du projet

Entre l'expansion du non-alimentaire dans le e-commerce et les nouvelles habitudes de consommation (consommation bio et responsable, arrivée sur le marché d'un pure player comme Amazon), le monde du retail doit se réinventer et développer des expériences clients innovantes. Le Groupe Casino a réalisé cette transition digitale dans la partie non alimentaire avec Cdiscount et poursuit aujourd'hui progressivement cette stratégie dans l'alimentaire tout en essayant de garder une forte attractivité de ses presque 10 000 points de vente grâce notamment à une stratégie d'omnicanalité.

A ce titre les principales missions de l'étudiant seront les suivantes :

- Déploiement des Corner Cdiscount
- Développement des stratégies omnicanales (click&collect, point relais, Drive et livraison à domicile)
- Etude de partenariats avec des start-ups
- Suivi de la performance (vente, rentabilité, recrutement client...) de ces projets

L'étudiant sera donc amené à travailler en étroite relation avec les différentes business units et la direction de la stratégie pour créer, mettre en place et suivre ces projets innovants.

