

Grâce à son “Panier Vocal”, E.Leclerc facilite les achats de ses clients

En février dernier, E.Leclerc a lancé son nouveau service vocal, le “Panier Vocal E.Leclerc”, qui permet d’ajouter des produits au panier d’achat E.Leclerc DRIVE et E.Leclerc Chez Moi, directement grâce à la voix. Ce service, qui s’inscrit dans la continuité du “Mémo Vocal” lancé en 2018, vient poursuivre le développement numérique de l’enseigne et est déjà adopté par les clients.

E.Leclerc continue d’investir le numérique

En février dernier, E.Leclerc a franchi une nouvelle étape dans les usages vocaux avec son service “Panier Vocal E.Leclerc”, disponible sur l’enceinte connectée Google Home ou via l’application Google Assistant sur smartphone et tablette : **les clients peuvent désormais ajouter directement des produits grâce à la voix dans leur panier d’achat**. Ce service est disponible pour les paniers E.Leclerc DRIVE mais également pour le service parisien de livraison à domicile E.Leclerc Chez Moi.

En 2018, E.Leclerc lançait son service “Mémo Courses” qui permet de dicter à l’Assistant vocal de Google sa liste de courses. Le déploiement du “Panier Vocal E.Leclerc” témoigne de la volonté du Mouvement E.Leclerc d’être à l’écoute de ses clients, dont les nouveaux usages sont de plus en plus numériques.



Un service sur mesure pour le consommateur

Ainsi, depuis février dernier, de nombreux clients ont pu tester le “Panier Vocal E.Leclerc” et partager leurs premières impressions, identifiant les avantages offerts par le service* :

- **Il leur permet de gagner du temps** : “À chaque fois que l’on a besoin d’ajouter quelque chose, il suffit de quelques mots pour l’ajouter au panier” ;
- **Il leur propose des produits pertinents** : “Le fait qu’il me propose un produit que je prends habituellement, marque et spécificité, est un vrai plus” ;
- **Il leur facilite le quotidien** : “J’ajoute un produit quand je cuisine, cela évite de l’oublier” ; “J’ajoute des produits sur ma liste sans chercher mon téléphone portable ou un crayon et un papier”.

* réactions de clients collectées lors d’une enquête de satisfaction menée du 3 au 8 juillet 2020

En effet, le “Panier Vocal E.Leclerc” offre **un parcours d'achat simplifié et une rapidité d'exécution** dans l'acte d'achat, favorisés par l'utilisation de la voix. Ainsi, en fonction de l'historique du consommateur, le service est en mesure de proposer à chaque client des produits personnalisés. Par exemple, si un consommateur a pour habitude d'acheter la lessive d'une marque nationale dans un format précis, c'est ce produit qui est ajouté au panier.

Ce service est également en mesure d'effectuer des recommandations personnalisées, y compris pour des produits qui ne figurent pas dans l'historique d'achat du client. Grâce à un algorithme qui définit les préférences des clients en fonction de leurs habitudes de consommation, le “Panier Vocal E.Leclerc” est capable de proposer une référence qui correspond à la commande exprimée.

De plus, pour être certain de proposer un produit que le client est susceptible d'acheter, tout en lui faisant gagner du temps, le “Panier Vocal E.Leclerc” permet, lorsqu'il y a plusieurs réponses possibles, d'ajouter une sélection de 2 à 16 produits parmi lesquels le client peut choisir au moment de finaliser son panier.

Enfin, l'utilisateur peut également demander à l'Assistant quelles sont les promotions du jour et celui-ci lui proposera les plus pertinentes pour lui.

À PROPOS DU MOUVEMENT E.LECLERC :

Avec 721 magasins et 542 adhérents en France, E.Leclerc est leader de la distribution en France. L'enseigne a réalisé un chiffre d'affaires de 38,8 milliards d'euros (hors carburant) en 2019. Le leadership de l'enseigne est confirmé par une part de marché de 21,6 %. Ces performances résultent d'une politique menée depuis la création du Mouvement E.Leclerc en 1949 : son combat au quotidien pour des prix bas et un modèle économique unique, reposant sur une organisation décentralisée, coopérative et participative. Les adhérents du Mouvement E.Leclerc, entrepreneurs indépendants, partagent une même mission : permettre à chacun de vivre mieux en dépensant moins, grâce à des initiatives innovantes et responsables, en pratiquant les prix les plus bas à qualité comparable. Acteurs de la vie locale, au plus près du terrain, ces adhérents investissent de façon durable afin de faire des centres E.Leclerc des lieux qui répondent aux besoins de leurs clients et défendent leur pouvoir d'achat au quotidien.

Contact presse

Service de presse E. Leclerc

01 80 18 18 10

e.leclerc@agencebabel.com