

Livre blanc  
**Omnicanalité**

## Plateformes omnicanales

Comment les magasins sont le cœur d'une expérience d'achat sans faille



# Sommaire

1. Les tendances d'achat dans un monde connecté	3
2. Une symbiose entre le physique et le numérique	4
3. La nouvelle mission des magasins : le mini centre de distribution	8
4. Pourquoi la visibilité des stocks est la clé	10
5. Comment la RFID débloque le potentiel omnicanal	12
6. Avantages de la RFID aux différents points de lecture	14
7. Les processus magasins grâce à la RFID	18



## 1. Les tendances d'achat dans un monde connecté

Aujourd'hui, la plupart des gens ont toujours leur smartphone à portée de main, les invitant constamment à rester connectés. Nombreux sont les consommateurs qui utilisent le numérique comme premier point de contact avec leurs marques de shopping préférées. Et parallèlement, ils deviennent de plus en plus sélectifs et recherchent des marques de confiance, avec lesquelles ils peuvent faire leurs achats à tout moment, en tout lieu et sur n'importe quel appareil.

Les acheteurs veulent pouvoir récupérer leurs articles rapidement et partout, qu'ils les achètent dans un magasin de bricolage ou en ligne. En gardant ces attentes à l'esprit, les retailers élargissent leurs options de service - comme la livraison à domicile, la livraison en magasin ou la livraison depuis le stock du magasin, le service Clic&Collect et plusieurs choix de retour simplifiés pour être compétitifs. La visibilité des stocks est un élément clé pour tenir la "promesse de disponibilité" et satisfaire les clients !



"Nous nous préparons à un monde où la moitié des activités seront du commerce électronique et où 80 % des interactions avec les consommateurs se feront en ligne". - L'Oréal<sup>1</sup>

## 2. Une symbiose entre le physique et le numérique

Les achats en ligne et hors ligne vont de pair. Flâner dans les magasins est un passe-temps agréable pour beaucoup de gens. Si l'expérience d'achat numérique est de plus en plus employée, les magasins resteront toujours un lieu d'échange et de retrouvailles. Le retailer omnicanal de demain combine les atouts de ces deux canaux complémentaires : il relie l'expérience en ligne au magasin physique. Les possibilités qui en découlent sont extrêmement variées, et permettent de garantir une "expérience d'achat sans faille" pour le client.

Les enseignes s'attendent à voir les consommateurs changer de canal très rapidement. C'est le cas par exemple de Nike et de L'Oréal, qui pensent que le commerce numérique va représenter jusqu'à 50% de leur activité totale d'ici 2023.

Les consommateurs quant à eux, aspirent à une expérience physique et numérique cohérente et sans faille. Grâce à cette coexistence entre les deux plateformes, et avec la création d'une offre homogène de services en ligne et hors ligne, les retailers sont en mesure d'augmenter leurs chances de vendre plus ou de déclencher des achats impulsifs.



"L'investissement dans de nouveaux magasins est un investissement continu dans l'avenir numérique" - Nike<sup>2</sup>



5/20

## DES SERVICES POUR DES EXPÉRIENCES D'ACHAT SANS FAILLE



### Click & Collect

Aussi appelé "BOPIS" - les clients achètent des produits en ligne et les récupèrent dans le magasin de leur choix.



### Click & Reserve

Les clients réservent un produit en ligne à partir du stock disponible dans le magasin, et payent en magasin.



### Click & Pick-up

Les clients achètent un produit en ligne et le récupèrent par l'intermédiaire d'un service tel qu'un drive-in.



### Click & Try

Les clients réservent un produit et une cabine d'essayage, où d'autres produits du même style pourront être présentés lorsque le client arrivera.



### Click & Find

Les clients sélectionnent un produit dans l'application, et l'endroit où le produit est rangé dans le magasin leur est indiqué.



### Envoi depuis le magasin

Les clients achètent un produit en ligne et le produit est expédié depuis le stock du magasin vers leur domicile.



### Commande en magasin

Les clients commandent en magasin un produit qu'ils n'ont pas trouvé, et les font envoyer à leur domicile.



### Acheter en ligne, retour en magasin

Aussi appelé "BORIS" - les clients achètent des produits en ligne et peuvent les retourner dans un magasin.

### 3. La nouvelle mission des magasins : le mini centre de distribution

Un des critères les plus appréciés par les clients au moment de l'achat est la disponibilité du produit, que ce soit en magasin physique ou numérique.

Les entrepôts et centres de distribution existants pouvant atteindre leurs limites de capacité de stockage, les magasins peuvent être modernisés et servir à leur tour de petits centres de distribution locaux des produits, pour assurer une commande.

Parallèlement, avec la diminution du nombre de personnes autorisées simultanément en surface de vente et l'augmentation constante du nombre de commandes en ligne, les magasins peuvent être utilisés comme des "mini centres de distribution" afin d'honorer les commandes d'où qu'elles viennent.

Les délais d'expédition sont ainsi réduits, puisque les articles sont envoyés depuis le magasin le plus proche du client.

Et, si le stock des magasins est utilisé pour mieux livrer le consommateur, le réseau de magasins d'une enseigne peut devenir un facteur de différenciation essentiel pour la réussite omnicanale.



#### Libérer la pression des DC

Un centre de distribution isolé ne peut pas traiter toutes les commandes car sa capacité est souvent déjà au maximum. Le réseau de magasins peut décharger un centre de distribution, même en dehors des périodes de pointe.



#### Réapprovisionnement rapide

Il y a souvent un magasin plus proche que le centre de distribution de l'adresse du consommateur. Les retailers peuvent faire appel à des prestataires pour d'acheminer les produits d'un magasin local jusqu'au domicile de l'acheteur.



#### Réapprovisionnement "vert"

En expédiant les produits depuis un magasin plus proche du client, cela réduit le nombre de kilomètres parcourus entre le vendeur et le consommateur, et participe à la réduction de l'empreinte carbone d'une expédition.



#### Une meilleure disponibilité des produits

En exploitant le stock du magasin physique, une plus grande partie de produits est disponible pour la vente en ligne, ce qui permet aux retailers de vendre plus.



#### Plus de ventes au bon prix

Utiliser le stock du magasin pour exécuter des commandes permet une vente optimale des produits, et réduit le risque de destockage à la fin de la saison. Cela permet aux retailers de vendre plus, sans perdre de marge.

## 4. Pourquoi la visibilité des stocks est la clé

Pour créer des opportunités de vente supplémentaires, les retailers vendent sur différents canaux. Afin de ne pas décevoir les clients et d'exécuter avec souplesse les "commandes multiples" proposées, ils vont au delà des services de leur chaîne d'approvisionnement traditionnelle.

Cela signifie que les commandes "omni" ne sont plus nécessairement exécutées à partir d'un centre de distribution mais aussi, comme expliqué dans le chapitre précédent, à partir du stock du réseau de magasins. Pour garantir une expérience d'achat positive dans ce monde omnicanal, la visibilité du stock est d'une importance vitale car elle permet à tous les canaux d'accéder aux données en temps réel, et de s'adapter en conséquence.



**“Si vous donnez aux clients la visibilité sur ce que vous avez en stock, et qu'ils découvrent que ces chiffres sont incorrects, cela crée de la déception et a un impact très négatif sur le client” – River Island**

Les retailers doivent pouvoir faire confiance à leur inventaire, et la technologie RFID est une aide idéale pour obtenir des informations précises sur les stocks. En effet, elle permet notamment d'automatiser les processus d'inventaire, ce qui se traduit par une précision de près de 100 %.

La visibilité totale des stocks sur plusieurs canaux est la base de l'acheminement et de l'orchestration des commandes, quelle que soit leur provenance ou leur destination.



## 5. Comment la RFID débloque votre potentiel omnicanal

Pour offrir des services omnicanaux, une visibilité sur ses produits en temps réel est primordiale. Il n'est pas concevable aujourd'hui de décevoir un acheteur, qui risque d'aller ailleurs si sa commande est retardée ou annulée à cause de mauvaises informations sur les stocks disponibles.

### Disponibilité numérique

En augmentant la précision des stocks, les retailers peuvent faire confiance à leur système et ne plus sur-stocker les produits pour assurer une disponibilité permanente. En abaissant le seuil de sécurité, les retailers augmentent leur disponibilité numérique et ainsi la gamme de produits qu'ils ont à vendre en ligne.

### SPoT – The Single Point of Truth

Le référentiel EPCIS vous permet de tracer chaque produit aux grands points de lecture RFID de la chaîne d'approvisionnement, et vous donne une visibilité totale de leurs mouvements.

Ainsi, en ayant connaissance de l'emplacement et du statut de chaque produit en temps réel, il est beaucoup plus aisé d'exécuter les commandes de manière flexible et réactive.

### Qu'est ce qu'un EPCIS?

Le référentiel EPCIS offre un modèle de données pour les événements RFID, et une interface API permettant d'échanger ces informations avec un autre système. Un événement RFID ("événement EPCIS") se compose généralement des éléments suivants :

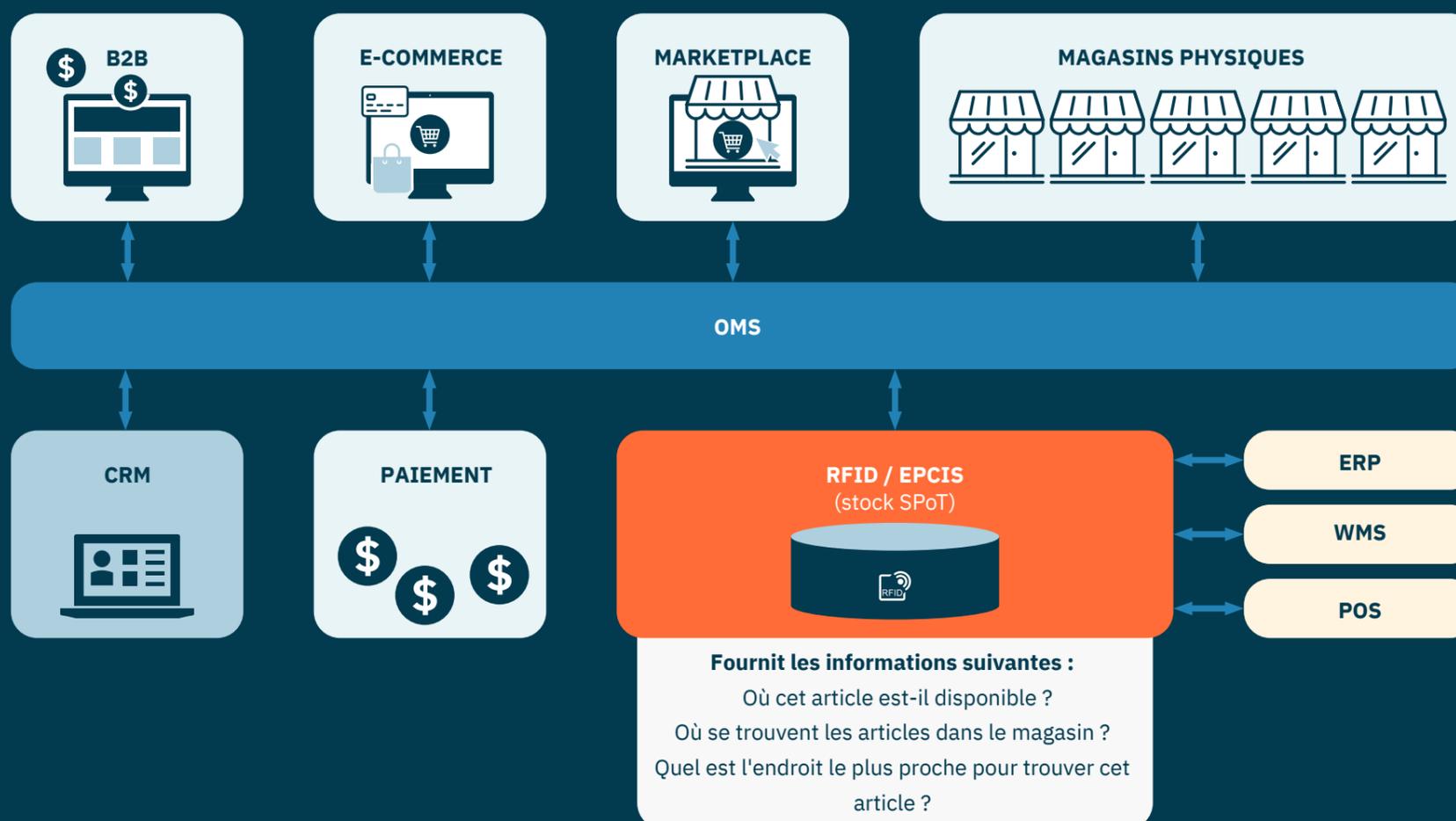
- Quoi ("chemise rouge taille M numéro 2343")
- Pourquoi ("j'ai reçu l'article, il est maintenant stocké")
- Quand ("ce matin à 8h23")
- Où ("l'entrepôt du magasin 92")

Grâce à ces événements RFID, il est possible de connaître le statut actuel et l'historique de chaque article : par exemple si un article s'est vendu ou non, et donc aussi de toujours garder l'œil sur les niveaux de stock du magasin.

#### Plus d'infos

Retrouvez notre article de blog  
**RFID/EPCIS dans la chaîne  
d'approvisionnement**

[Cliquez ici](#)



## 6. Avantages d'une visibilité RFID à chaque point de lecture



### Temps réel

En couvrant tous les mouvements et changements de statut des produits à des points de lecture spécifiques dans la chaîne d'approvisionnement, la RFID offre une véritable perspective en temps réel sur la situation réelle des stocks.

### Aperçu des stocks vendables

Une gestion des articles basée sur la RFID fournit des informations exactes sur le stock vendable.





## Possibilité de sous-localiser

Une autre information précieuse pour les retailers est la sous-location d'un article dans un magasin. Seule la RFID peut associer un article avec son emplacement physique, et gérer le stock indépendamment l'une de l'autre entre les différentes sous-implantations (réserve, surface de vente...)

## Relier les silos

Le référentiel EPCIS permet de relier les différents systèmes de gestion des stocks tout au long de la chaîne d'approvisionnement, tels que WMS, SCM, ERP ou POS.

Il chapeaute avant tout ces silos de données isolés et, par conséquent, contient l'historique complet des mouvements de chaque produit individuel de bout en bout.



17/20



## Intéropérabilité

Si une enseigne choisit de gérer ses stocks sur plusieurs canaux différents, il est possible d'échanger des données entre les référentiels EPCIS en utilisant l'EPC comme clé d'accès unique aux données.

## 7. La RFID optimise les processus omnicanaux en magasin

Une fois qu'une commande est passée et doit être prélevée en magasin, les employés doivent exécuter quelques étapes :

1. Prélever- Identifier (via l'application), localisation des articles de la commande
2. Emballer- Créer et vérifier le colis, et imprimer un bordereau d'expédition
3. Expédier - Expédier la commande au client

Les magasins ne sont généralement pas optimisés pour ce mode opératoire, et les employés du magasin passent donc beaucoup de temps à compléter ces commandes.

Des processus trop laborieux et trop longs peuvent entraîner l'annulation de commandes. Certains magasins embauchent même du personnel dédié à l'exécution et au traitement des commandes en ligne.

Un système RFID aide les employés à travailler plus efficacement, en localisant les articles plus rapidement par exemple, ce qui permet d'exécuter davantage de commandes dans le même temps, avec plus de précision.

Il en résulte une satisfaction client optimale, renforçant leur fidélité pour la marque.



---

# Des questions?

## Nous pouvons y répondre

Chaque industrie a ses propres défis et opportunités. Nedap France Retail crée des solutions uniques, adaptées à votre secteur d'activité, pour vous aider à tirer pleinement parti des dernières technologies dans le cadre de la transformation de votre entreprise.

**Contact Nedap** [retail.nedapfrance.fr/contact](https://retail.nedapfrance.fr/contact)