Qlik LEAD WITH DATA

EASYNEO

Top 10

des cas de transformation digitale dans le retail avec l'analytics

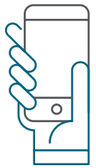
Une révolution s'est produite dans le secteur retail.

Les changements s'accélèrent et la concurrence est toujours plus forte dans le retail. Plus que tout autre secteur, le retail a subit une transformation si incroyable qu'elle a révolutionné les habitudes d'achat des consommateurs et leurs modes d'interaction avec les marques.

Le retail omnicanal est devenue la norme. Les consommateurs s'attendent à une expérience intuitive et cohérente en mode connecté et déconnecté. Pour ce faire, les marques doivent proposer des interactions régulières et contextualisées avec leurs clients via une multitude de points de contact, notamment via les réseaux sociaux, les dispositifs mobiles mais aussi depuis peu via les assistants vocaux.

Vecteurs de croissance du marché omnicanal

La transformation actuelle du retail repose sur trois piliers :



Des consommateurs plus avisés

Connectés, informés et plus actifs que jamais, les nouveaux consommateurs utilisent les dispositifs mobiles et les réseaux sociaux pour comparer les produits et effectuer leurs achats partout et à tout moment.

Une supply chain agile

Le retail omnicanal doit miser sur une supply chain bidirectionnelle toujours plus efficace, qui permet d'expédier les produits en seulement quelques heures après leur achat et propose des retours flexibles.

Le nouveau rôle du magasin

Bien qu'ils restent le principal canal de vente, les magasins se transforment peu à peu en Drive et en hubs logistiques critiques.

L'Analytics : une solution cruciale pour devancer la concurrence

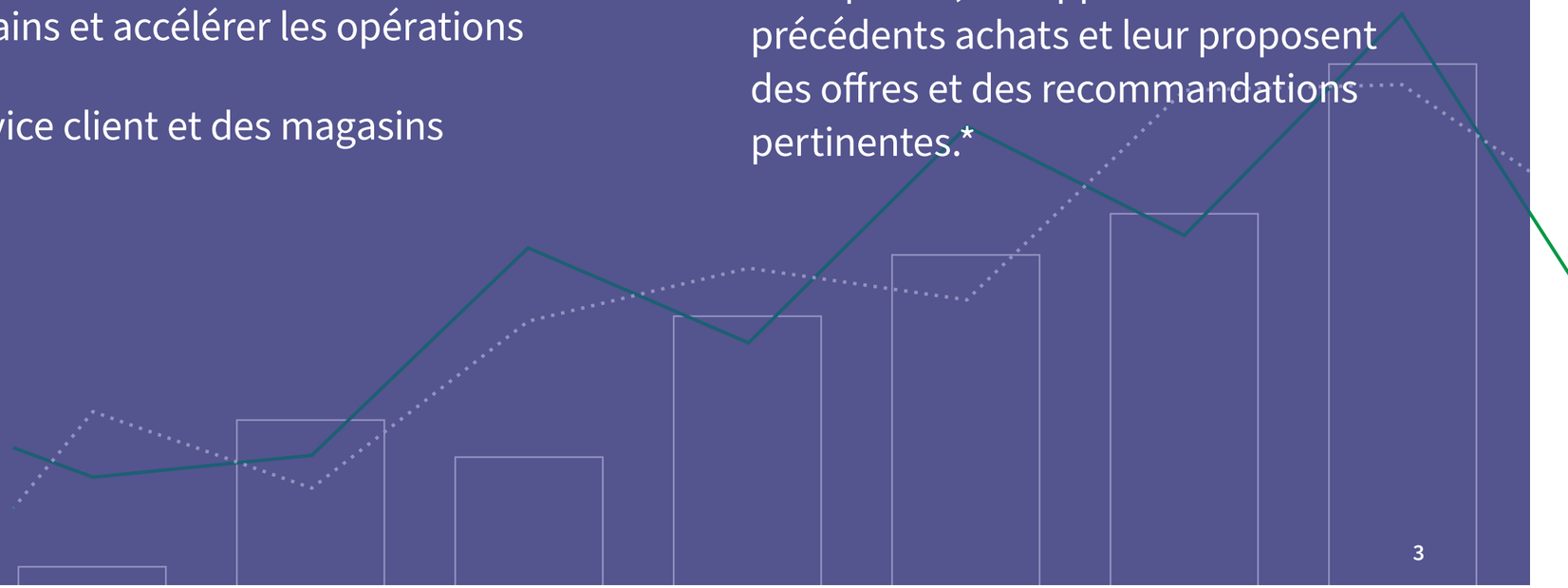
Comment répondre aux attentes des clients actuels, faire face à des changements incessants et réussir à se démarquer de la concurrence ? En permettant à chaque membre de votre organisation d'accéder aux données et d'y découvrir des informations pertinentes.

En analysant les habitudes clients sur les différents canaux, vous pouvez :

- Obtenir de meilleurs taux de conversion et doper les ventes
- Optimiser l'efficacité des supply chains et accélérer les opérations
- Améliorer les performances du service client et des magasins

83 % des consommateurs acceptent de partager leurs données pour vivre une expérience personnalisée.*

91 % des consommateurs sont plus à même d'opter pour des marques qui reconnaissent leurs profils, se rappellent de leurs précédents achats et leur proposent des offres et des recommandations pertinentes.*



* « Pulse Check 2018: Moving from Communication to Conversion, » Accenture Interactive.

Top 10 des cas de transformation digitale dans le retail avec l'analytics

Plus de 1 100 détaillants à travers le monde font confiance à Qlik® pour convertir des données brutes en informations exploitables, et pour transformer leur entreprise afin qu'elle se démarque à l'ère digitale. Nombre d'entre eux utilisent une, plusieurs ou la totalité de ces 10 solutions à fort impact :

1. **Analyse du consommateur digital >**
2. **Analytics omnicanale >**
3. **Analyse des paniers d'achat >**
4. **Visibilité de bout en bout sur la supply chain >**
5. **Retours et logistique inverse >**
6. **Performance des fournisseurs >**
7. **Performance des magasins >**
8. **Érosion des marges >**
9. **Internet des Objets >**
10. **Géo-analyse et choix des emplacements >**

1 Analyse du consommateur digital

Aujourd'hui, chaque détaillant s'efforce de trouver de nouvelles tactiques efficaces pour capter l'attention du client digital. L'analytics peut vous aider à identifier les stratégies gagnantes, à susciter l'engagement client et à doper les ventes globales.

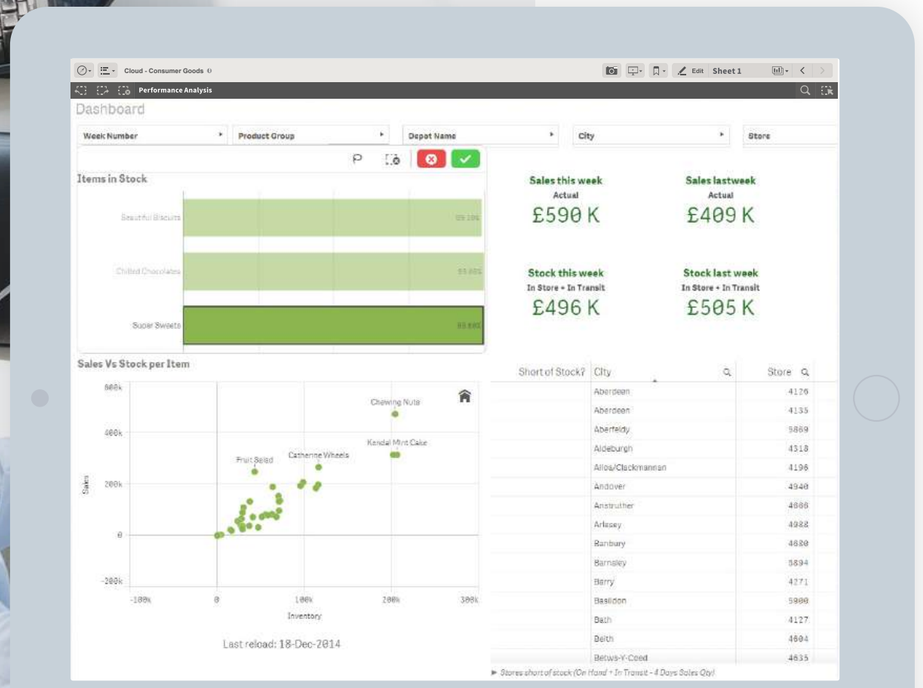
Avec Qlik, vous pouvez analyser les données de ventes sur les canaux numériques et les autres points de contact pour mieux comprendre le comportement des clients, limiter le nombre d'abandons de paniers, augmenter le taux de conversion et optimiser l'efficacité des campagnes de marketing.

Faites le lien entre le parcours Web des visiteurs, les données démographiques et les habitudes d'achat pour mieux comprendre le comportement des clients.

2 Analytics omnicanale

Il est difficile de garantir une expérience client cohérente avec votre marque sur tous les canaux. Du marketing à la livraison, des dizaines de systèmes sont impliqués dans l'engagement du consommateur, la distribution et les ventes.

Qlik vous aide à mettre la main sur les données de chacun de ces systèmes, en les rassemblant toutes sur une plateforme unique. Enfin, vous pouvez établir des connexions entre les ventes, les retours et les données clients sur tous les canaux (magasins, e-commerces, centres d'appels, applications ou catalogues) afin d'améliorer l'intelligence client et l'efficacité du marketing.



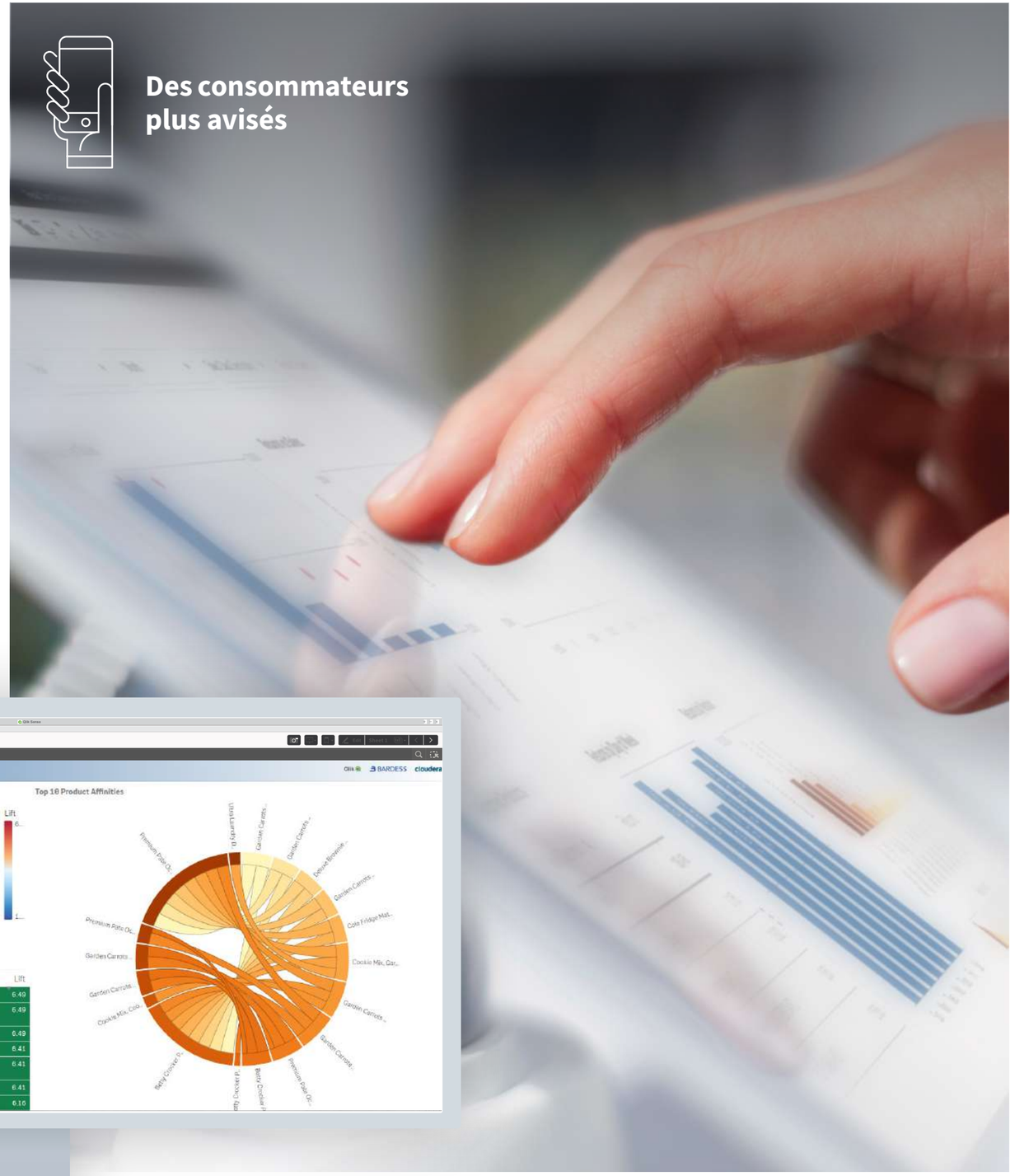
Créez une visualisation omnicanale complète des ventes, des stocks et des retours.

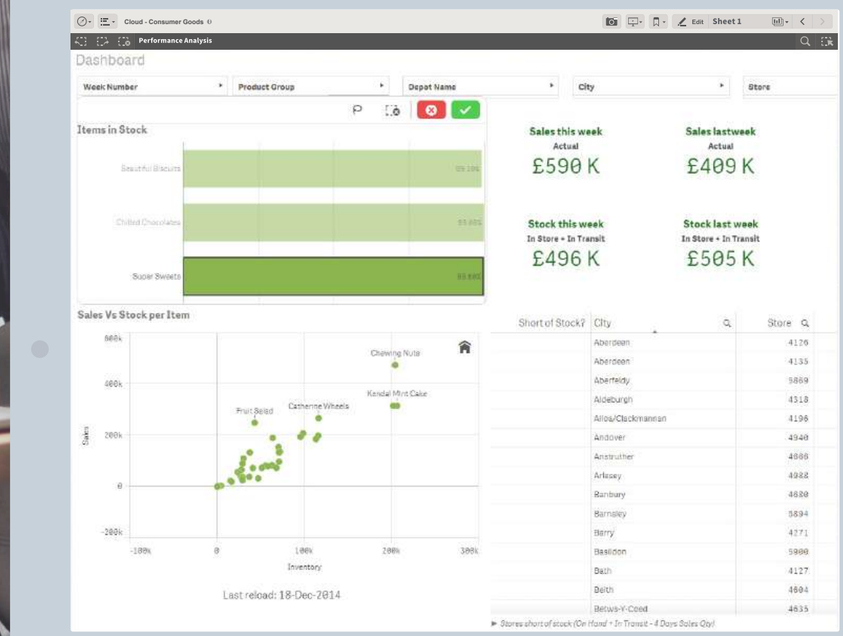
3 Analyse des paniers d'achat

Les ventes croisées et les montées en gamme sont essentielles pour booster les ventes, en ligne comme en magasin. Par ailleurs, les informations sur les associations de produits peuvent doper significativement votre activité.

Avec Qlik, vous pouvez analyser les transactions d'un point de vente pour identifier quels produits sont complémentaires et quels segments de clients raffolent de ces off es combinées. Grâce à ces informations, vous pouvez créer des assortiments de produits sur mesure et améliorer vos marges en associant des articles à prix réduit à des articles très rentables.

Isolez les habitudes d'achat pour identifier les tendances – et capitalisez sur les opportunités pour augmenter le volume des paniers d'achat, améliorer les marges et renforcer la satisfaction des clients.





4 Visibilité de bout en bout sur la supply chain

Pour off ir l'expérience omnicanale cohérente que les clients recherchent, il est primordial d'optimiser toute votre supply chain. Vous devez être capable de livrer les produits en seulement quelques heures après leur achat et d'inverser le flux avec agilité pour faciliter des retours flexibles.

Qlik vous off e une visibilité sur toute votre supply chain, en établissant les connexions manquantes entre vos données. Vous gagnez ainsi en efficacité et mettez toutes les chances de votre côté pour satisfaire au mieux les attentes des clients.
En rassemblant et en connectant des données, exclusives ou non, issues de systèmes disparates, Qlik vous aide à améliorer la gestion des stocks, la préparation des commandes retirées en magasin, la logistique produit et les contrats fournisseurs.

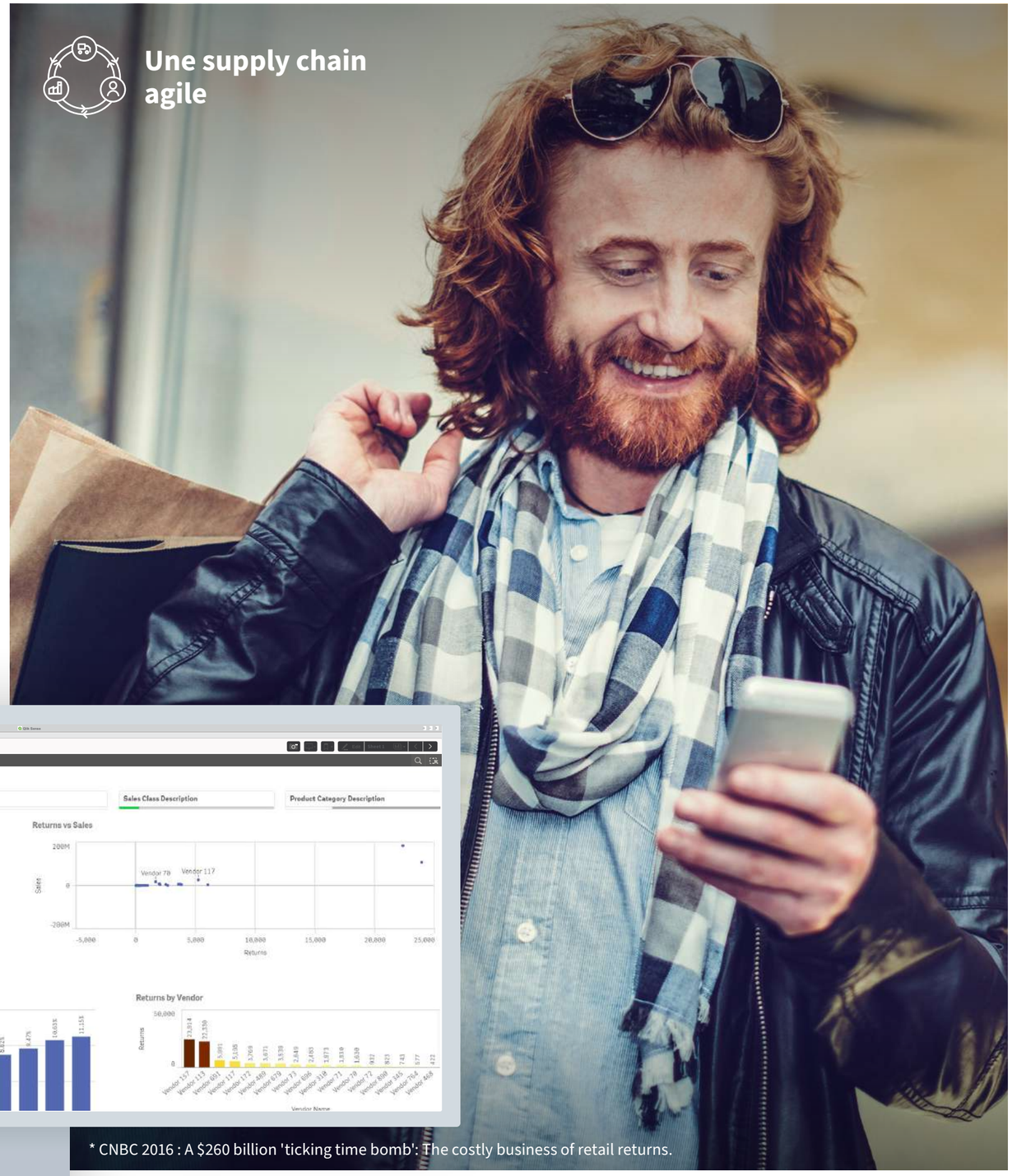
Connectez chaque aspect de votre supply chain pour localiser et acheminer les marchandises vers tout point du parcours de distribution, qu'il s'agisse des étapes de planification, d'approvisionnement, de fabrication, de livraison ou de retour.

5 Retours et logistique inverse

La gestion des retours et la capacité à minimiser leur occurrence au maximum sont deux des plus grands défis du retail. En fait, 30 %* ou plus des articles achetés en ligne seraient retournés à l'expéditeur. Il s'agit là d'un processus onéreux qui requiert une grande agilité et une prise en charge rapide.

Qlik vous aide à concevoir un processus de logistique inverse efficace. Grâce aux informations fournies par les multiples systèmes, vous pouvez déterminer à quel moment retourner les produits au fournisseur, savoir comment remettre en état, reconditionner et stocker les produits pouvant être remis en vente, identifier les produits les plus retournés et mettre en évidence un taux de radiation acceptable pour les produits ne pouvant pas être remis en vente.

Éliminez les coûts des processus de retour, et dressez la liste des produits retournés plus rapidement grâce à l'analytics agile.

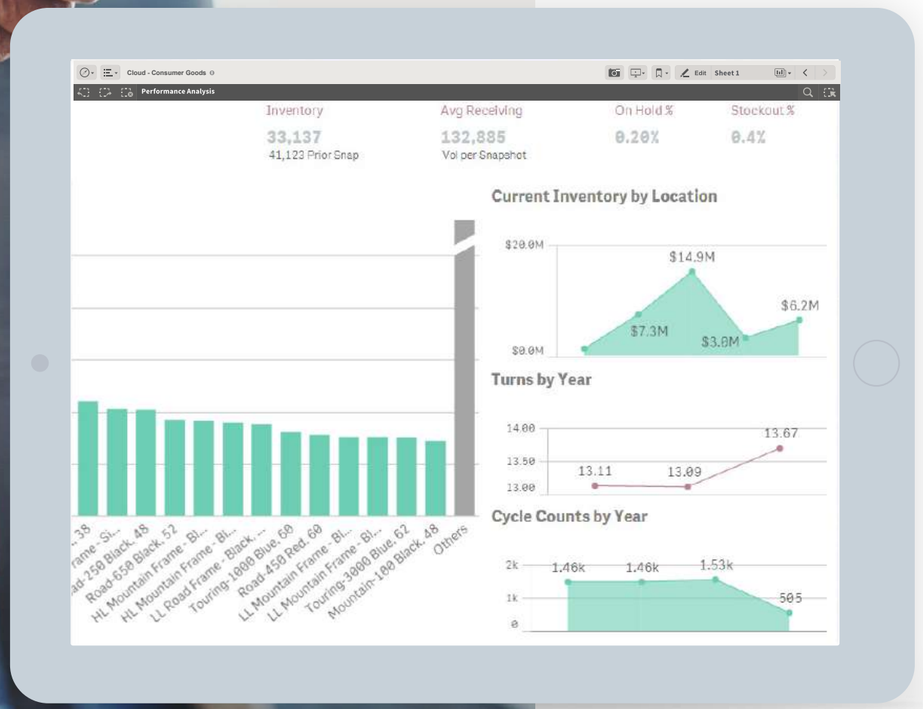


* CNBC 2016 : A $260 billion 'ticking time bomb': The costly business of retail returns.

6 Performance des fournisseurs

Pour vendre les marques les plus appréciées par les clients, vous devez entretenir des relations saines et mutuellement rentables avec les fournisseurs.

Grâce aux portails dédiés et aux tableaux de bord fournisseurs de Qlik, vous avez rapidement accès aux informations sur les fournisseurs. Vous pouvez ainsi identifier les risques potentiels, vérifier que leurs obligations contractuelles sont bien respectées et garantir la disponibilité des stocks au besoin. Les informations sur les fournisseurs vous aide à acquérir les marques voulues au prix adéquat et à les mettre en vente au plus vite.

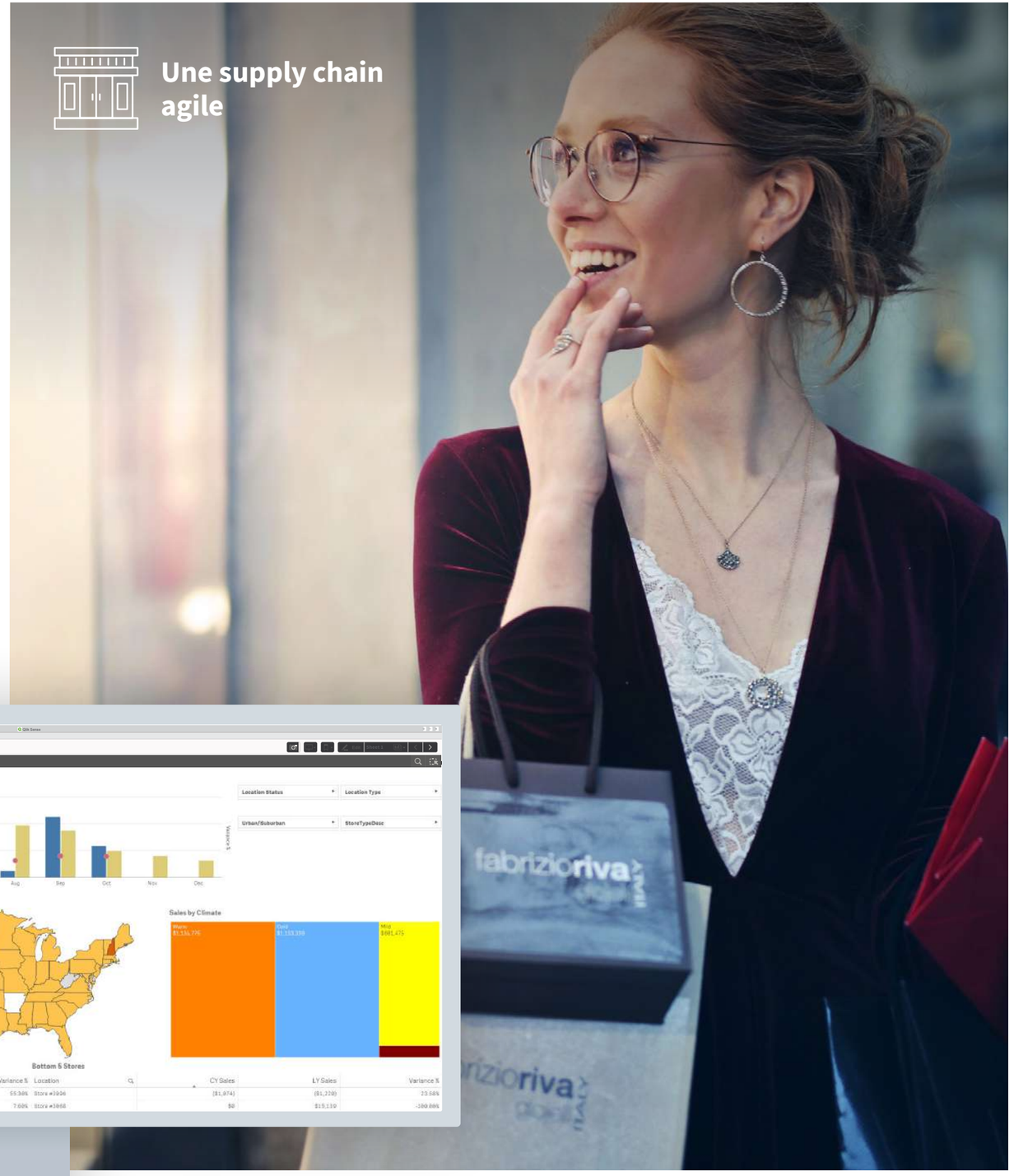


Rationalisez les relations fournisseurs en leur offrant une plus grande autonomie grâce à une visualisation gouvernée des ventes, des stocks et des performances.

7 Performance des magasins

Pour un détaillant gérant plusieurs centres de distribution, comprendre les performances des magasins est crucial. Par ailleurs, la découverte de nouvelles informations se fait en deux étapes : premièrement, déterminer les indicateurs pertinents puis analyser les données.

Qlik fournit des informations sur les ventes, la rentabilité, les commandes, la satisfaction client et la gestion des ventes. Grâce aux tableaux de bord sur la performance des magasins, vous pouvez comparer les ventes d'une année sur l'autre et estimer les bonus des responsables en fonction de la performance de leurs magasins.

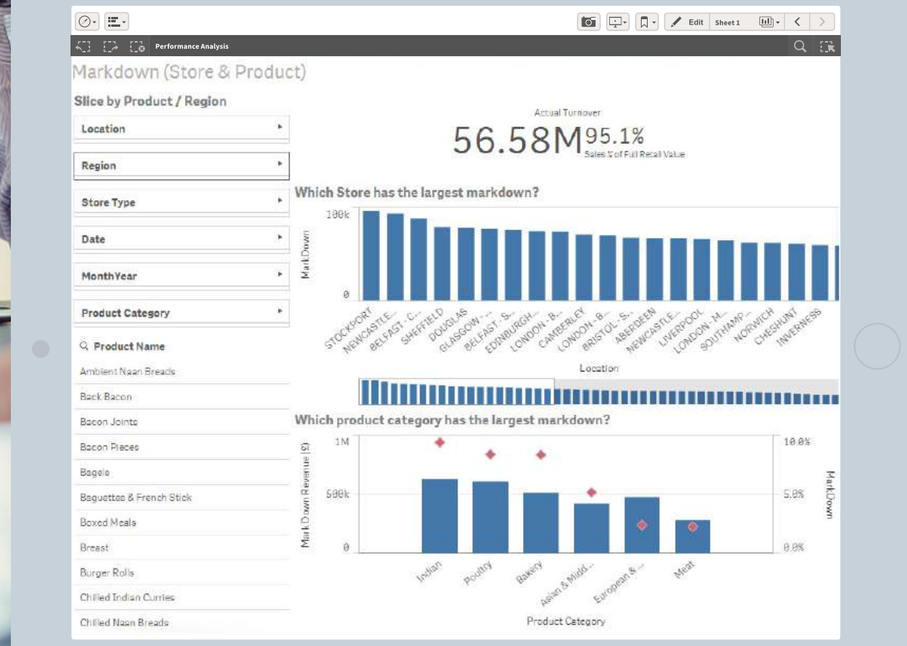


Préparez la performances des magasins et réalisez des études de benchmarking pour le responsable de magasin, le responsable local, le directeur régional, le vice-président de zone et l'entreprise.

8 Érosion des marges

Pour les distributeurs d'aliments frais, le gaspillage de nourriture et les remises affaiblissent rapidement la rentabilité. La difficulté consiste à équilibrer l'approvisionnement en produits périssables de manière à ce qu'ils soient toujours disponibles sans créer de surplus.

Qlik vous permet d'éviter l'érosion des marges en analysant les données sur les remises, en isolant les produits concernés et en mettant en valeur les produits bientôt expirés pour stimuler les ventes. Ces informations vous permettent de remplir vos rayons avec des aliments frais qui se vendent rapidement, même avant qu'une remise ne soit appliquée.



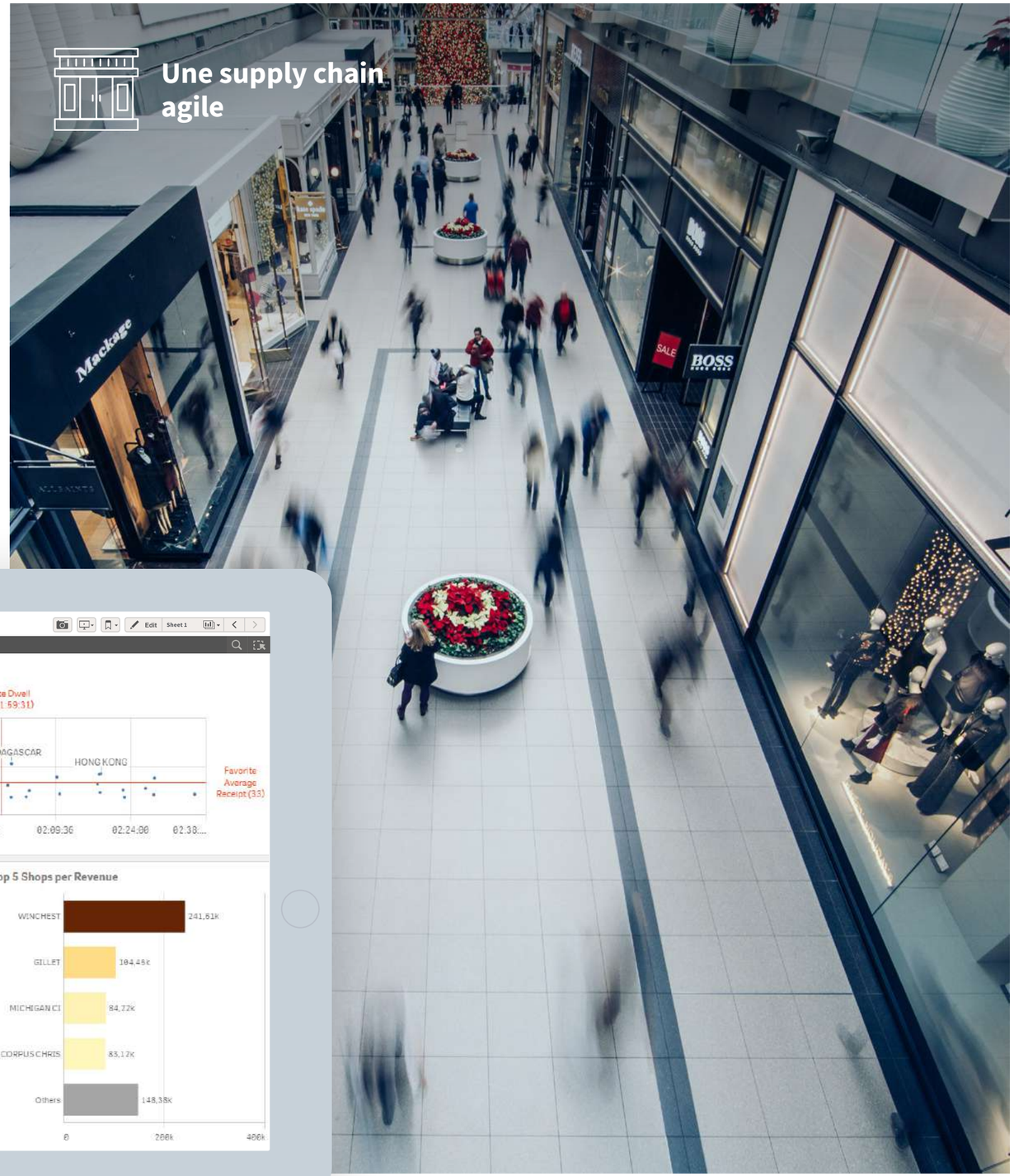
Gérez les remises et le gaspillage des produits en offrant plus d'autonomie aux employés des magasins grâce à l'analytics mobile.

9 Internet des Objets

Les données issues de l'Internet des objets jouent un rôle dans pratiquement tous les secteurs aujourd'hui. Dans le retail, les données IoT off ent une plus grande visibilité sur les opérations de la supply chain, aident à limiter les ruptures de stock et optimisent les sélections en fonction des préférences clients.

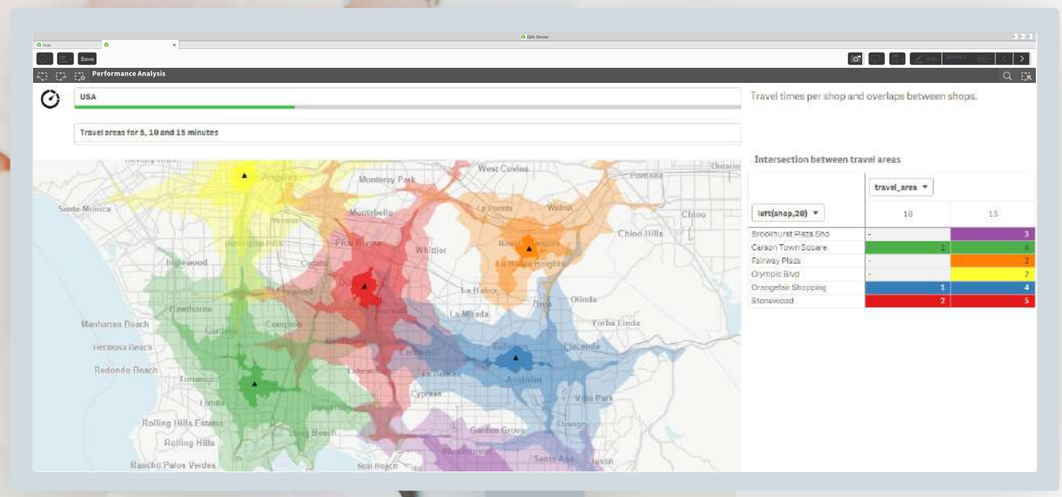
Qlik vous apporte une visibilité en temps réel sur toutes les données issues des dispositifs IoT, y compris sur les capteurs de sécurité, du parcours client et de suivi des stocks, les caméras en magasin et les balises de marketing basées sur l'emplacement. Grâce aux informations obtenues à partir de ces données, vous pouvez réinventer votre supply chain et améliorer l'expérience client.

Analysez et exploitez les données des capteurs pour mieux comprendre le trafic du site, le temps moyen de navigation, la gestion des ressources et les taux de conversion des ventes.



10 Géo-analyse et choix des emplacements

L'emplacement géographique est un critère essentiel de toute activité retail. En plus d'évaluer le nombre de kilomètres que les clients parcourent pour faire leurs courses, la géo-analyse permet de déterminer l'emplacement idéal des centres de distribution, d'étudier la démographie locale avec précision, de proposer des options de cannibalisation des ventes et bien plus encore.



Grâce à Qlik GeoAnalytics®, vous pouvez analyser de nombreuses données géographiques éparses pour prendre des décisions informées sur la gestion et l'emplacement des sites. Déterminez l'emplacement optimal d'un nouveau magasin. Mettez en évidence la meilleure distribution possible des produits. Prévoyez le comportement client. Et bien plus encore.

Exploitez la géo-analyse pour déterminer le meilleur emplacement d'un magasin ou d'un centre de distribution en fonction de l'étude démographique des clients, des kilomètres qu'ils parcourent pour faire leurs courses, du rayonnement actuel du magasin et de la météo.

Voici quelques-uns des nombreux cas clients de Qlik :

Genuine Parts Company

disposait auparavant de différentes plateformes de reporting nécessitant chacune de nouvelles compétences. Elle utilise désormais un seul système – Qlik – et peut enfin découvrir des informations pour mener la voie. Que ce soit via l'analyse des données produits, clients ou exclusives, l'entreprise crée d'abord un tableau de bord décisionnel avant de permettre aux utilisateurs d'approfondir l'exploration des données.

Design Within Reach

promet à ses clients un design moderne partout et à tout moment – la disponibilité des stocks est donc un enjeu crucial. Le personnel du magasin et local utilise l'analytics avec des données en libre-service pour visuasliser la disponibilité des stocks, gérer leur rotation, identifier les tendances des ventes par article et par fournisseur, prendre des décisions d'achat et de restockage rapides et efficaces et surveiller les problèmes liés aux produits avant qu'ils ne prennent de l'ampleur.

LUSH

Le détaillant de produits de beauté mondial LUSH a transformé une collection de feuilles de calcul interconnectées en une application de gestion des stocks pilotée par Qlik, ajustant ainsi la production à la demande pour proposer des produits 100 % frais. Elle a ainsi réalisé des économies d'un million de livres sterling en deux ans – tout en générant un nouvel avantage compétitif.

Akindo Sushiro

place des balises RFID sur un milliard de plats à sushis dans ses 430 magasins chaque année – et utilise Qlik pour permettre aux employés du retail de surveiller les indicateurs clés tels que la fraicheur des produits et les tendances de ventes.

Le pouvoir transformateur de Qlik

« Nous avons atteint un retour sur investissement de 100 %, deux mois seulement après avoir implémenté Qlik. Nous identifions systématiquement les incohérences et ajustons notre supply chain... Nous avons réduit nos coûts de traitement par unité et diminué nos dépenses liées au transport, grâce à seulement deux applications intuitives. Qlik change la donne pour nous. »

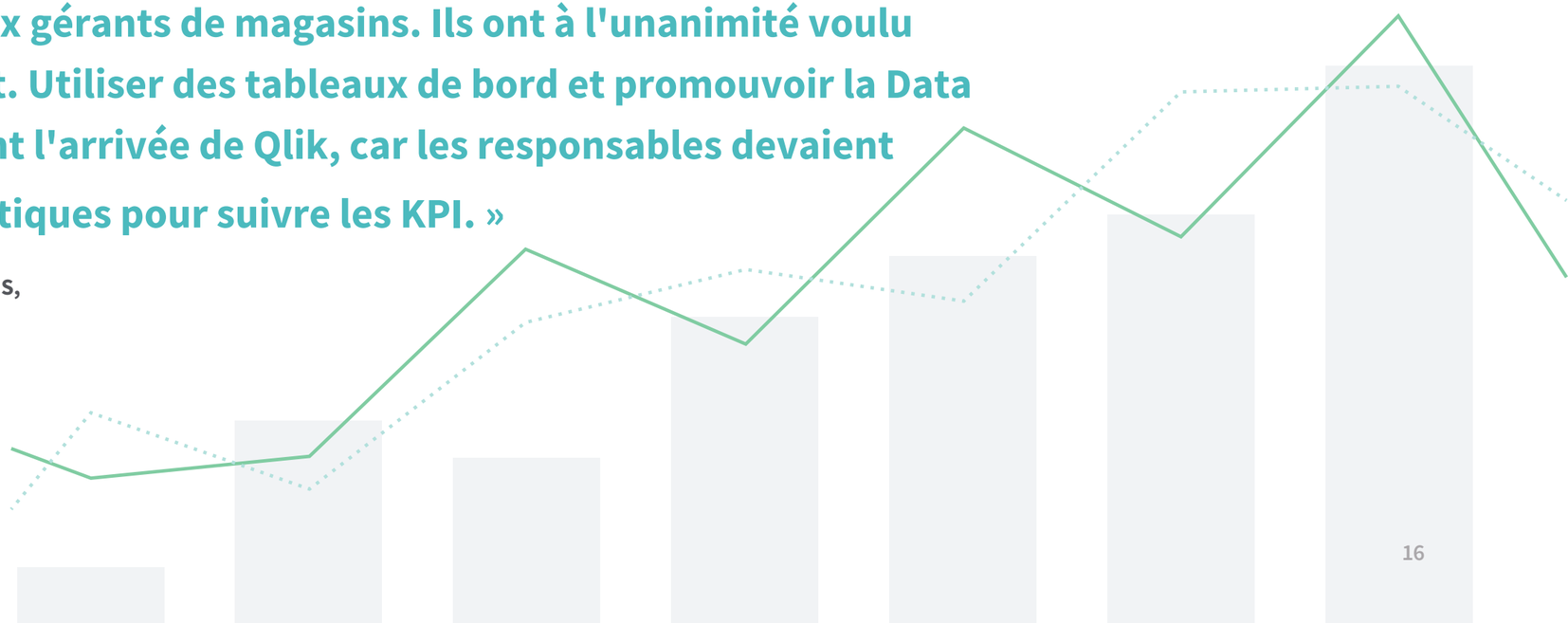
IT DIRECTOR, S&P 500 APPAREL RETAILER

« Qlik a permis à LUSH de mettre en place un système centralisé dédié à l'analyse de données en direct. L'entreprise a ainsi réalisé des économies de plus d'un million de livres sterling en deux ans sur les pertes de marchandises. Nos employés profitent désormais d'un accès instantané aux informations dont ils ont besoin en ligne, sans aucune attente ni difficulté. »

SCOTT SILVERTHORN, HEAD OF DATA SERVICES, LUSH FRESH HANDMADE COSMETICS

« Nous avons présenté Qlik aux principaux gérants de magasins. Ils ont à l'unanimité voulu déployer cette solution immédiatement. Utiliser des tableaux de bord et promouvoir la Data Discovery à ce niveau était difficile avant l'arrivée de Qlik, car les responsables devaient s'appuyer sur de multiples rapports statiques pour suivre les KPI. »

SHAHRUKH DASTUR, GENERAL MANAGER BUSINESS ANALYTICS AND HRMS,
HYPERMARCHÉ CARREFOUR DE MAJID AL FUTTAIM



À PROPOS DE EASYNEO

EASYNEO vous accompagne par son expertise pour aller plus loin et plus vite grâce aux solutions d'analyse et d'intégration de données de bout en bout. Devenez une entreprise data-driven.

INTÉGRATION DE DONNÉES

Déployez les DataOps pour l'analytics afin de livrer en temps quasi réel des données fiables et prêtes à l'emploi.

ANALYSE DE DONNÉES

Placez les informations exploitables au cœur de chaque décision grâce à la plateforme de BI la plus complète du marché.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur easyneo.fr

À PROPOS DE QLIK®

LEAD WITH DATA™

Qlik s'est donnée pour mission la création d'un monde « data-literate », où chacun peut utiliser les données pour relever ses plus grands défis. Seule la plateforme d'analytics et de gestion des données de bout en bout de Qlik réussit à rassembler toutes les données d'une organisation, quelle qu'en soit leur source, afin de donner à tous les employés d'une entreprise les moyens de découvrir de nouvelles informations. Plus de 1 100 détaillants dans le monde utilisent les produits Qlik pour mieux comprendre le comportement de leurs clients, réinventer les processus métier, découvrir de nouveaux flux de revenus et équilibrer le rapport bénéfice-risque.

© 2019 QlikTech International AB. Tous droits réservés. Qlik®, Qlik Sense®, QlikView®, QlikTech®, Qlik Cloud®, Qlik DataMarket®, Plateforme d'analyse Qlik®, Qlik NPrinting®, Connecteurs Qlik®, Qlik GeoAnalytics®, Qlik Core®, Associative Difference®, Lead with Data™, Qlik Data Catalyst™, Qlik Associative Big Data Index™, Qlik Insight Bot™ et les logos QlikTech sont des marques de commerce de QlikTech International AB, déposées dans un ou plusieurs pays si un « ® » apparaît. Les autres marques et logos mentionnés ci-dessus sont des marques de commerce ou des marques déposées appartenant à leurs propriétaires respectifs.