

LE DIGITAL

dans les entreprises du commerce

LES QUATRE ENJEUX DU COMMERCE D'AUJOURD'HUI

1 Rester dans la course au sein d'une économie mondialisée



- Améliorer sa compétitivité prix en continu
- Préserver ses positions dans un marché de plus en plus concurrentiel
- Se créer de nouvelles opportunités clients
- Trouver de nouveaux leviers pour se différencier

- Fluidifier et personnaliser le parcours client cross-canal
- Faire évoluer le point de vente vers d'autres vocations que l'achat
- Offrir plus de transparence, d'éthique et de durabilité des produits et services
- Maîtriser les nouveaux codes de la relation client.

2 S'adapter à l'évolution des attentes clients



3 S'adapter à l'évolution des attentes des salariés



- Adapter les modes de management et les conditions de travail aux nouvelles attentes des salariés et aux besoins des entreprises
- Donner confiance et attirer les talents en affirmant les valeurs de l'entreprise pour donner du sens à ses activités
- Sécuriser les parcours professionnels en misant sur la formation

- Sécuriser la chaîne logistique en minimisant les risques naturels / sociaux / économiques
- Protéger les données commerciales et stratégiques de l'entreprise
- Développer la confiance digitale en renforçant des processus de protection des données personnelles

4 Faire face à de nouveaux risques pour les entreprises



LE DIGITAL APORTE DES SOLUTIONS DANS SIX GRANDS DOMAINES



Gestion interne

- Simplifier la gestion du personnel
- Augmenter la sécurité des produits
- Améliorer le pilotage d'activité commerciale



Logistique

- Optimiser l'approvisionnement des produits
- Optimiser les stocks et les flux
- Optimiser la distribution des produits



E-commerce

- Mieux gérer son site internet
- Permettre le paiement en ligne



Expérience client

- Fluidifier le parcours client cross-canal
- Développer l'information et le conseil client
- Évaluer la satisfaction client



Communication-marketing

- Améliorer sa communication
- Mieux connaître ses clients



Sourcing produits

- Identifier et suivre les grandes tendances émergentes
- Identifier de nouveaux fournisseurs
- Mettre en place une veille commerciale

Le digital dans les entreprises du commerce

Conscientes des enjeux du digital et de l'impact sur les métiers et les organisations, les partenaires sociaux de neuf branches du commerce se sont impliqués dans la réalisation de l'étude :

Bricolage
Commerce de détail horlogerie-bijouterie
Commerces de détail non alimentaires
Commerce succursaliste de la chaussure
Commerce succursaliste de l'habillement

Grands magasins et magasins populaires
Horlogerie commerce de gros
Import-Export
Professions de la photographie

Elle a été pilotée par l'Observatoire prospectif du commerce en partenariat avec l'Etat, dans le cadre d'un EDEC (*Engagement de Développement des Emplois et des Compétences*) signé en 2017 par les 13 branches du commerce.

L'étude a été réalisée de mai 2017 à mars 2018 auprès de 150 entreprises interrogées par enquête et 50 entretiens avec des représentants de solutions numériques et des entreprises du commerce dynamiques et engagées dans le déploiement de solutions digitales.

ÉTAT DE LA SITUATION ACTUELLE

Source : sondage KYU Lab 2017

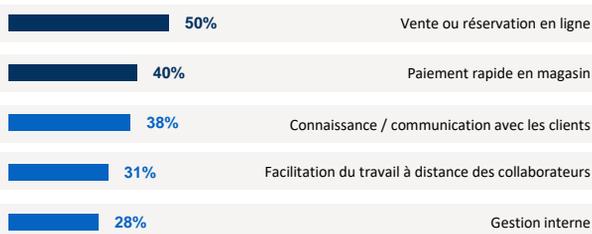
▶ ENJEUX DES ENTREPRISES FACE AUX SOLUTIONS DIGITALES

- Principaux enjeux des entreprises novices dans le digital :
 - > Développer sa base clients;
 - > Mieux connaître et interagir avec ses clients.
- Principaux enjeux des entreprises plus avancées dans le digital :
 - > Améliorer l'expérience client;
 - > Développer l'efficacité de l'organisation et la rentabilité.

▶ OUTILS DIGITAUX UTILISÉS DANS LE COMMERCE

84% des entreprises ont choisi les réseaux sociaux comme premier outil digital.

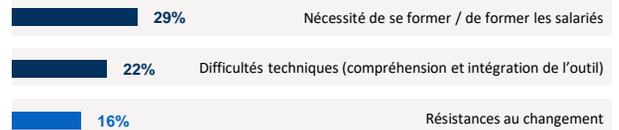
Top 5 des outils digitaux à destination des professionnels du commerce utilisés



▶ DIFFICULTÉS RENCONTRÉES

Si **63%** des répondants sont engagés à plus ou moins grande échelle dans le digital, Cependant, moins d'une entreprise sur cinq se juge mature sur ce sujet.

Principales difficultés rencontrées lors de l'adoption d'outils digitaux



La transition digitale reste un **sujet complexe** et mobiliser les **bonnes compétences** s'avère à la fois primordial et difficile : ces deux éléments représentent un frein pour près d'1/3 des entreprises.

La résistance des équipes émerge également comme obstacle à surmonter.

ET POUR LA SUITE ?

▶ LE DIGITAL, UN INVESTISSEMENT CONTINU

Près de **90%** des entreprises étant déjà digitalisées prévoient de continuer leur digitalisation dans les années qui viennent.

Pour une majorité des répondants:

l'expérience client et les **outils de gestion de la relation client** (CRM) arrivent en tête des préoccupations à venir.

Viennent ensuite la mise en place ou l'amélioration du site de vente ou de réservation en ligne.

Top 3 des outils digitaux que les professionnels du commerce pensent installer dans un avenir proche



▶ Qu'en disent les professionnels qui ont franchi le pas ?

“ Nous vendons 15% de nos articles grâce à Facebook et Leboncoin. Ça coûte 150 € par mois et 10 heures de travail, mais le chiffre d'affaires est de 8 000 à 10 000 € en plus tous les mois ! ”

“ Le digital me permet de communiquer, car je ne crois plus à la communication papier. Les réseaux sociaux me semblent incontournables. ”

“ Avec le digital, nous sommes passé de plusieurs heures pour réaliser un inventaire à entre 20 et 40 minutes ! Ça nous a changé la vie ! ”

Le digital dans les entreprises du commerce

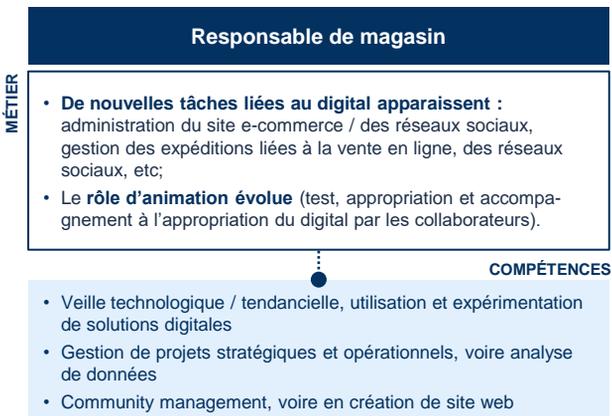
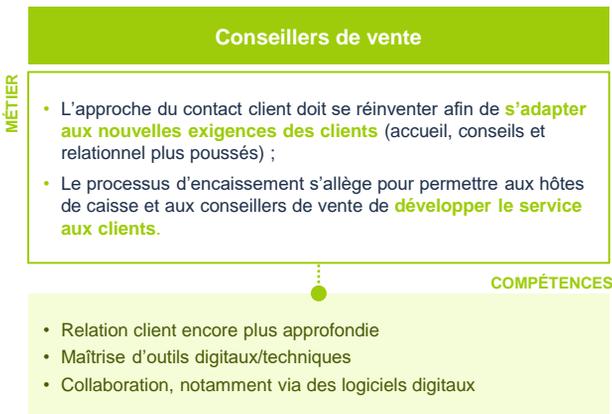
QUELQUES IMPACTS DE L'ADOPTION DU DIGITAL...

L'adoption d'un outil digital est perçue comme un levier d'amélioration. Elle fait essentiellement évoluer les métiers de la vente en magasin .

26% des salariés ont constaté une nette amélioration de l'intérêt des missions.

85% des répondants estiment que l'adoption de l'outil a entraîné des besoins de nouvelles compétences.

► ... SUR LES MÉTIERS ET LES COMPÉTENCES



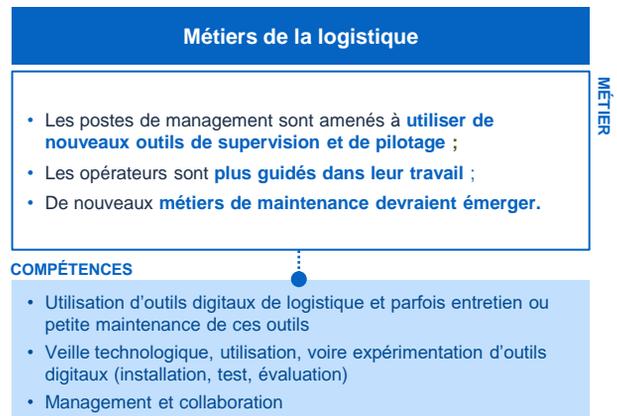
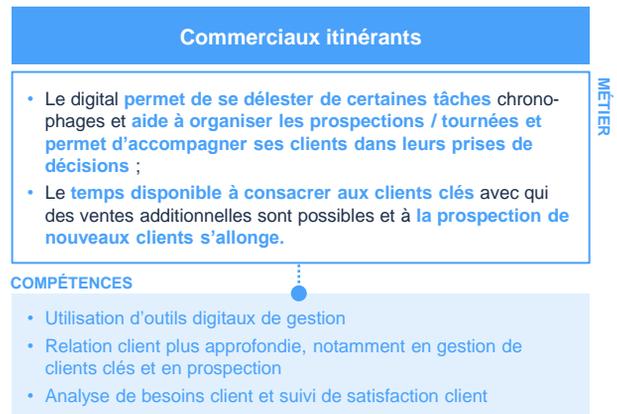
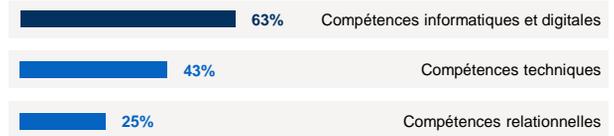
► ... SUR LES ORGANISATIONS

Pour **les collaborateurs** :

> intégration de nouveaux processus grâce au temps économisé sur des tâches chronophages et en partie automatisables.

> selon la taille de l'entreprise, réalisation des tâches de marketing / communication ou de gestion.

Top 3 des nouvelles compétences que les salariés ont dû développer avec l'adoption du digital



Pour **les métiers d'encadrement** :

> il s'agit aussi d'intégrer de nouvelles tâches qui touchent à l'organisation des activités et à la formation des salariés.

► Qu'en disent les professionnels qui ont franchi le pas ?

“ Le digital m'a permis de multiplier les points d'encaissement tout en restant en contact avec le client. L'expérience client est plus qualitative, mais il a fallu un temps d'adaptation pour l'équipe ! ”

“ Nous avons un projet sur un site de vente de services. Cela implique une gestion de rendez-vous préalable en magasin et l'élaboration d'un réseau de compétences. ”

“ Il a fallu mettre en place une nouvelle organisation en magasin pour réaliser les inventaires, initier de nouvelles pratiques de travail. ”

Le digital dans les entreprises du commerce

2 TYPES D'ENTREPRISES : 2 PROFILS D'AMBITIONS

► SE LANCER DANS LE DIGITAL

- Privilégier et sécuriser des projets à retour sur investissement rapide
 - > Quels thèmes privilégier ?
 - > Quel type de mise en œuvre (interne ou accompagné...)?
 - > Quels dispositifs prévoir en interne (montée en compétences sécurisation des systèmes...)?

Démarche



► DE L'EXPÉRIMENTATION À L'EXCELLENCE OPÉRATIONNELLE

- Identifier ses enjeux prioritaires et déterminer les leviers d'action les plus pertinents
 - > Où détecter les innovations ?
 - > Comment expérimenter et valider un principe de déploiement ?
 - > Comment accompagner la mutation des métiers impactés ?

Démarche



POUR ALLER PLUS LOIN :

Pour les entreprises novices :

Le guide « se lancer dans le digital »



Pour les entreprises matures :

Le guide « Passer de l'expérimentation à l'excellence opérationnelle »



L'OBSERVATOIRE PROSPECTIF DU COMMERCE A POUR MISSION :

-  de réaliser un état des lieux quantitatif des emplois, des qualifications et de la formation.
-  de réaliser un état des lieux quantitatif des emplois, des qualifications et de la formation.
-  d'assurer une veille sur l'évolution des métiers, des qualifications et détecter les métiers en tension ou émergents.

Retrouvez toutes les publications de l'observatoire sur

www.forco.org/Branche/ObservatoireProspectifDuCommerce

Directeur de la publication : Philippe Huguenin-Génie

Directrice de rédaction : Fanny Coste

Rédaction : Nadège Dutouya (Observatoire), Bernard Alberti (KYU Lab), Alix de Galbert (KYU Lab), Sébastien Prudent (KYU Lab) et Justine Sobieck (KYU Lab)