



*L'innovation en boutique  
Pour transformer l'expérience du client*

[#InternetOfEverything](#)

  
**CISCO**  
TOMORROW starts here.

# *Faire la queue à la caisse demeure un problème majeur pour le client*

Près de **40 %** des détenteurs de smartphone renoncent à acheter en magasin parce que le passage en caisse est trop long.

Et **21 %** quittent la boutique s'il n'y a pas de caisse ouverte.

Source : [Businessdaily.com](http://Businessdaily.com)

**52 %** des consommateurs préfèrent **aller ailleurs s'ils** doivent patienter plus de 5 à 10 minutes.

Source : [sondage Great Clips](#)

# *La fidélisation des clients est essentielle pour qui veut augmenter ses ventes*

En augmentant de 5 % le taux de fidélisation de votre clientèle connectée, vous pouvez **accroître votre rentabilité jusqu'à 95 %**.

Source : [Bain](#)

**80 %** de votre CA futur proviennent de **20 %** de vos clients actuels.

Source : [Gartner](#)

# *Le prix d'une mauvaise expérience :*

Les longues files d'attente coûtent aux commerçants britanniques **1 milliard de £ chaque année.**

Source : [Telegraph](#)

12 % des clients jusqu'ici fidèles à un commerçant **décident de ne plus acheter** chez lui s'il y a eu des **problèmes de sécurité.**

Source : [Services de conseil Cisco](#)

Près de la moitié des consommateurs se **détourneront d'un commerçant ou d'une marque** s'ils font la queue plus de 5 minutes.

Source : [Brickstream](#)

# *Comment est gérée la problématique du passage en caisse ?*

- **62 % des commerçants** ne disposent pas de solution de gestion des files d'attente.
- 42 % ont recours à la technologie **pour offrir des informations aux clients** pendant qu'ils attendent.
  - 11 % exploitent les technologies pour offrir des **récompenses aux clients** qui patientent en caisse.

Source : [Qmatic](#)

# Quelles perspectives pour les achats en magasin ?

Les clients pourraient régler leurs articles en les passant sur leur terminal mobile n'importe où dans le magasin et ressortir **sans avoir eu à passer en caisse.**

Source : [The Atlantic](#)

Les commerçants pensent que, d'ici 2017, **56 % des transactions** seront réalisées sur un point de vente mobile ou sur une borne en libre service, ou sur les terminaux mobiles des clients.

Source : [Motorola](#)

- **Les rayonnages intelligents** détectent les articles qui vont bientôt manquer et gèrent le réapprovisionnement automatique.
- **L'impression 3D**, ou fabrication additive, permet de livrer davantage de produits directement chez les clients.
- En combinant l'utilisation d'une caméra et d'un ordinateur, les consommateurs peuvent se voir dans les vêtements qu'ils convoitent et **les acheter sans sortir de chez eux.**
- **L'utilisation de caméras, de capteurs et de balises RFID** permet de facturer automatiquement les clients et d'anticiper les files d'attente.
- Le personnel équipé de terminaux de **paiement mobiles et Bluetooth** peut scanner les articles ; les caisses sont supprimées.

# *Par où commencer ?*

L'**analyse des données** va jouer un rôle crucial pour comprendre le comportement et les préférences des clients. Le marché des solutions d'analyse de données de suivi en magasin pourrait dépasser les **3 milliards de dollars d'ici 2018**.

Source : [ABI Research](#)

En Amérique du Nord, les transactions réalisées aux **kiosques en libre-service** atteindront plus **d'un trillion de dollars d'ici fin 2015**.

Source : [Retail Touch Points](#)

Une étude récente a montré que 39 % des consommateurs aimeraient pouvoir **choisir et acheter, plus facilement et plus efficacement** (par exemple, être sûrs que les produits qu'ils recherchent sont en stock et que le passage en caisse sera rapide).

Source : [Services de conseil Cisco](#)

# Qui tire son épingle du jeu aujourd'hui ?

Au Royaume-Uni, [intu](#), pour ses centres commerciaux, a récemment investi 8 millions de £ dans le réseau et la stratégie de mobilité.

Après tout juste 4 mois avec le Wi-Fi, intu a vu sa **base de données de clients augmenter de 25 %**.

Grâce aux nouvelles informations à sa disposition, intu connaît le trafic et le temps de présence en magasin, peut développer des initiatives commerciales plus ciblées et **améliorer l'interaction avec les clients**.

The Kroger Co., l'un des géants de la grande distribution aux États-Unis, utilise **des capteurs infrarouges et des outils d'analyse prédictive** pour réduire le temps d'attente en caisse ; une moyenne de **30 secondes aujourd'hui contre 4 minutes avant**.

Source : [BizJournal](#)

Tesco a **augmenté ses ventes de 10 %** grâce à la mise en place de caméras pour gérer les files d'attente.

Source : [études de cas Iris](#)

Grâce à la virtualisation des applications de paiement en boutique, [Columbia Sportswear Company](#) **fluidifie le passage en caisse** et économise **20 000 dollars** par an.



Découvrez les solutions Cisco qui font du passage en caisse un problème du passé.



L'INTERNET OF EVERYTHING  
présente

## la fin des files d'attente en caisse

*C'est pour vous que nous construisons l'Internet of Everything. Grâce aux solutions de serveur Cisco UCS qui donnent la possibilité de bénéficier partout de performances de data center, les applications mobiles et les outils d'analyse permettent de faciliter le passage en caisse et de rendre les clients heureux. Faisons des files d'attente un problème du passé.*

*Pour tout savoir, rendez-vous sur [cisco.com/thelastcheckoutline](http://cisco.com/thelastcheckoutline).*



TOMORROW starts here.

[#InternetOfEverything](https://twitter.com/InternetOfEverything)

*Cliquez sur ce bouton pour  
partager ce diaporama*

