

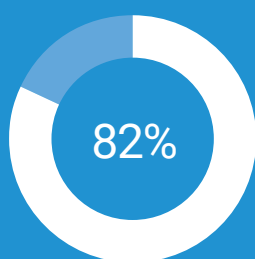
Créer des expériences retail sans couture



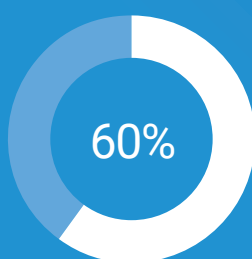
Seules les entreprises, qui proposeront une expérience client omnicanale sans couture, réussiront à l'avenir. Pour aider les entreprises à identifier les meilleurs exemples d'expériences omnicanales, Google et Practicology ont étudié 145 retailers à travers l'Europe. Focus sur les résultats pour la France, où nous avons évalué 20 retailers.



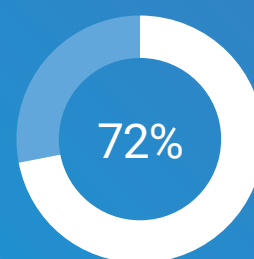
1 La fluidité de l'expérience client est essentielle



82% des utilisateurs de smartphones consultent leur téléphone pour des achats qu'ils s'appêtent à effectuer en magasin¹



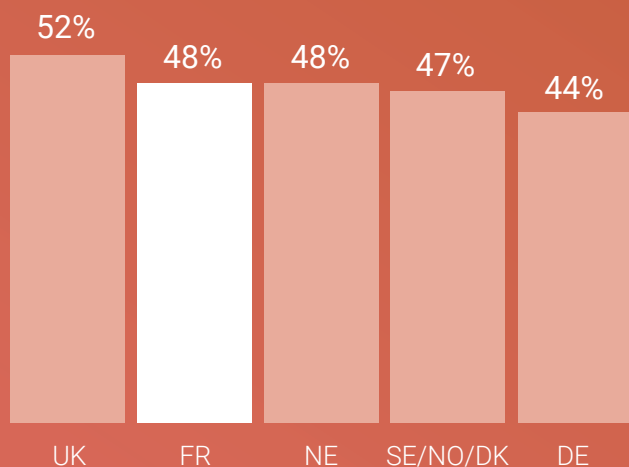
6 internautes sur 10 vérifient si le produit est disponible dans un magasin proche avant de se rendre en magasin²



Pour 72% des entreprises, l'amélioration de l'expérience client est une top priorité³

2 RÉSULTATS EUROPÉENS

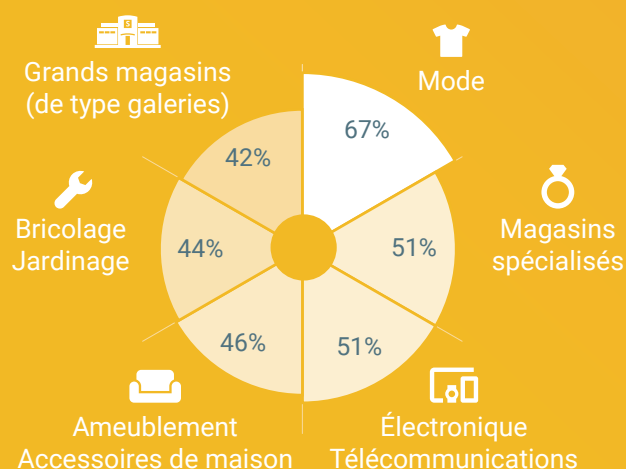
Score moyen pour l'expérience client omnicanale par pays (% de principes et critères CX adoptés)



Le Royaume-Uni occupe la tête du classement. Les retailers britanniques se démarquent grâce à la flexibilité des options d'achat, de retour et d'échange des produits, mais aussi grâce aux informations détaillées et pertinentes sur leurs magasins depuis leurs sites web.

3 PERFORMANCE DES RETAILERS PAR VERTICAL

Score moyen de l'expérience client omnicanale en France, par catégorie (% de principes et critères CX adoptés)

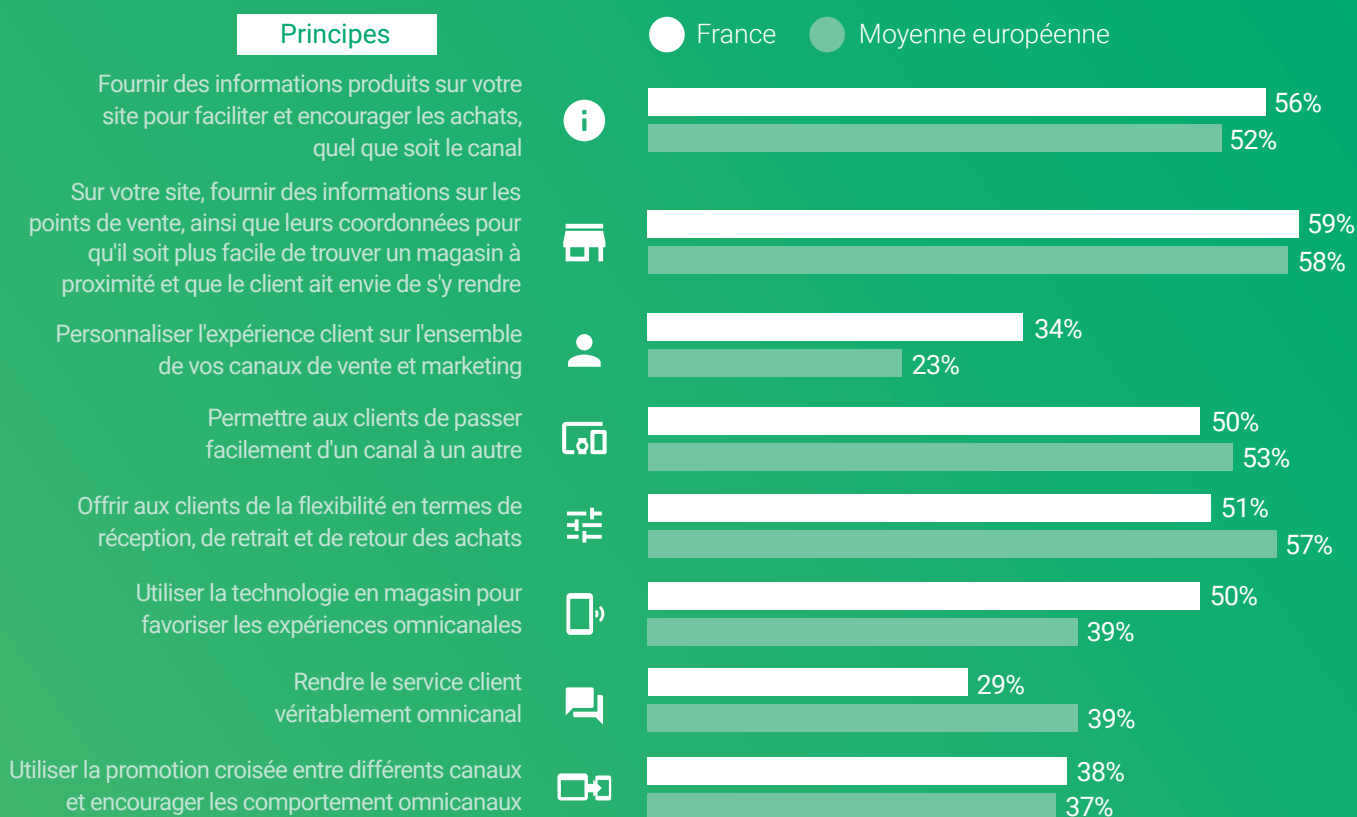


Dans le secteur de la mode, les retailers français se distinguent pour la qualité de l'expérience client, notamment grâce à l'utilisation de technologies en magasin et la mise à disposition d'informations sur les points de ventes depuis leur site web.

4 PERFORMANCE PAR PRINCIPE CX

Les retailers français excellent dans la personnalisation de l'expérience client par rapport aux retailers des autres marchés. En revanche, il leur reste une forte marge de progression en matière de service client omnicanal.

Score moyen pour l'expérience client omnicanale - par principe (% de critères respectés)



5 EXPÉRIENCE CLIENT OMNISCANALE : TOP 10 EN EUROPE ET EN FRANCE

Expérience client omniscanale : **Top 10 pour l'Europe**
(% de principes et critères d'expérience client respectés)

Retailer	Pays	Score total en pourcentage
Bever	Pays-Bas	68%
Magasin Kiabi	France	67%
Schuh	Royaume-Uni	67%
NetOnNet	Suède	67%
House of Fraser	Royaume-Uni	67%
De Bijenkorf	Pays-Bas	66%
Décathlon	France	66%
MediaMarkt	Allemagne	64%
Conrad	Allemagne	62%
Cyberport	Allemagne	62%

Expérience client omniscanale : **Top 10 pour la France**
(% de principes et critères d'expérience client respectés)

Retailer	Score total en pourcentage
Magasin Kiabi	67%
Décathlon	66%
Boulangier	61%
FNAC	61%
Brico Depot	59%
Darty	59%
IKEA FR	57%
Auchan	57%
Leroy Merlin	54%
Sephora	54%

Parmi tous les retailers que nous avons évalués, Bever (Pays-Bas) est celui qui offrait la meilleure expérience client omniscanale.

Le magasin Kiabi arrive en tête du classement pour la France, suivi de Décathlon, Boulangier et la FNAC.

6 BONNES PRATIQUES

i Informations sur les produits

Meilleurs scores en Europe

Leroy Merlin (FR)	100%
NetOnNet (SE)	100%
Power (NO)	100%

Meilleurs scores en France

Leroy Merlin	100%
Brico Depot	92%
FNAC	83%

Étude de cas : **LEROY MERLIN (FR)**



Leroy Merlin fournit aux clients toutes les informations nécessaires sur les produits.

- La disponibilité des produits online et offline est indiquée précisément sur les pages produits.
- Les listes de produits peuvent être filtrées selon la disponibilité dans un magasin spécifique.
- Toutes les options d'achat, de retour et d'échange des produits sont clairement indiquées sur les pages produits.

Personnalisation

Meilleurs scores en Europe

Adidas (DE)	83%
Adidas (UK)	67%
G-Sport (NO)	67%

Meilleurs scores en France

Auchan	83%
Magasin Kiabi	67%
Déathlon	67%

Étude de cas : **ADIDAS (DE)**



Adidas personnalise l'expérience client sur l'ensemble des canaux.

- Sur leur compte client, les utilisateurs peuvent définir leurs préférences en matière de sport et de style, et sélectionner leur magasin local.
- Les mises à jour de contenu du site et des recommandations de produits sont définies en fonction du comportement de navigation et d'achat sur le site.
- Adidas envoie aux clients un e-mail d'anniversaire contenant une offre d'anniversaire spéciale et personnalisée.

Exécution flexible

Meilleurs scores en Europe

PC World (UK)	94%
Schuh (UK)	88%
BCC (SE)	88%

Meilleurs scores en France

Darty	81%
FNAC	69%
Sephora	69%
Galleries Lafayette	69%

Étude de cas : **PC WORLD (UK)**



PC World (Royaume-Uni) a obtenu le meilleur score en Europe pour la flexibilité de ses options d'achat, de retour et d'échange de produits.

- Les clients peuvent choisir entre un service « click & collect » (commande sur Internet et retrait en magasin) et un service « reserve & collect » (réservation sur Internet et retrait en magasin). Les produits achetés online peuvent également être retournés en magasin.
- L'option de livraison le lendemain est proposée aux clients. La livraison standard est gratuite pour toute commande.
- Le personnel peut passer commande online pour des clients qui souhaitent une livraison à domicile. Il peut aussi contrôler le stock dans d'autres magasins.

Coordonnées des magasins

Meilleurs scores en Europe

Sephora (FR)	83%
Specsavers (UK)	83%
Mio (SE)	83%

Meilleurs scores en France

Auchan	83%
Sephora	83%
Magasin Kiabi	83%

Étude de cas : **SEPHORA (FR)**



Sephora permet de trouver facilement et rapidement des informations sur les magasins.

- Un outil de localisation du magasin, optimisé pour mobile, utilise la géolocalisation de l'utilisateur
- Des informations pertinentes sont données, comme les horaires d'ouverture et les coordonnées.
- Les utilisateurs peuvent filtrer les résultats en fonction des services proposés en magasin et prendre rendez-vous.

Passage fluide entre les différents canaux

Meilleurs scores en Europe

Leroy Merlin (FR)	100%
NetOnNet (SE)	100%
Power (NO)	100%

Meilleurs scores en France

FNAC	88%
Sephora	75%
Magasin Kiabi	75%

Étude de cas : **NETONNET (SE)**



NetOnNet permet une navigation fluide entre les canaux.

- Les listes de souhaits et les paniers sont synchronisés avec le compte client et disponibles immédiatement sur tous les devices.
- Les cartes cadeaux peuvent être achetées et utilisées online et en magasin. Le solde de la carte est facile à contrôler et à augmenter.
- Un programme de fidélité NetOnNet permet aux membres de profiter des offres en magasin et online.

Technologies en magasin

Meilleurs scores en Europe

Nike (UK)	100%
Bever (NL)	100%
Magasin Kiabi (FR)	100%
Ikea (FR)	100%

Meilleurs scores en France

Magasin Kiabi	100%
Ikea	100%
Leroy Merlin	88%
Déathlon	75%

Étude de cas : **DÉCATHLON (FR)**



Déathlon intègre la technologie en magasin pour proposer une véritable expérience client omnicanale.

- La technologie NFC utilisée aux bornes et dans les cabines d'essayage permet aux clients de visualiser les informations produits, les avis, les versions disponibles et les produits similaires à leur achat. Elle permet également de commander des produits online.
- Une connexion Wi-Fi est offerte gratuitement en magasin et utilisée pour promouvoir des offres. Une application peut être utilisée pour découvrir des informations supplémentaires sur le produit (via le NFC/les codes-barres).
- Les produits commandés online avec l'option de retrait en magasin peuvent être récupérés rapidement dans des casiers « click & collect »

Service client omnicanal

Meilleurs scores en Europe

Bever (NL)	100%
Schuh (UK)	100%
Jula (SE)	100%
Bauhaus (DK)	100%

Meilleurs scores en France

LDLC	83%
Décathlon	67%
GiFi	67%

Étude de cas : **BEVER (NL)**



Bever est le retailer le mieux classé de notre étude auprès de 145 retailers à travers l'Europe.

- Bever permet d'entrer en contact de différentes façons, toujours en tenant compte des préférences clients.
- Une messagerie instantanée est disponible sur toutes les pages du site mobile afin de répondre rapidement aux questions du client.
- Bever fournit des réponses rapides et précises aux questions posées par e-mail, messagerie instantanée et téléphone.

Promotion croisée

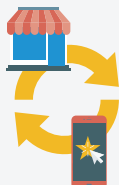
Meilleurs scores en Europe

Globetrotter (DE)	88%
Boulangier (FR)	88%
Smyths Toys (UK)	75%

Meilleurs scores en France

Boulangier	88%
Darty	75%
Brico Depot	63%

Étude de cas : **BOULANGER (FR)**



Boulangier utilise activement les promotions cross-canales.

- Les newsletters contiennent des informations spécifiques aux magasins, comme les ouvertures de nouveaux magasins, les horaires d'ouverture spéciaux et les événements en magasin.
- Certaines pages de coordonnées contiennent des informations spécifiques à chaque magasin et les clients ont la possibilité de prendre rendez-vous en magasin.
- La boutique en ligne et les réseaux sociaux associés aux magasins font l'objet d'une promotion active en magasin.

7 MARCHÉ À SUIVRE

Conseils pour optimiser l'expérience omnicanale de vos clients :



ÉVALUEZ L'EXPÉRIENCE CLIENT OMNISCANALE

- Utilisez les 8 principes de l'expérience client omniscanale, définis par Practicology et Google, ou engagez une société de conseil pour évaluer votre expérience client.
- Identifiez les irritants et définissez les axes d'amélioration prioritaires.



AMÉLIOREZ L'EXPÉRIENCE CLIENT

- Les changements les plus urgents concernent souvent le digital, où le client peut bénéficier d'une expérience plus personnalisée.
- Pensez aux solutions Google pour booster vos performances omniscanales

MÉTHODOLOGIE

Google a souhaité évaluer l'expérience client omniscanale auprès de 145 retailers dans 7 pays d'Europe. L'objectif est d'aider les entreprises à identifier les meilleurs exemples d'expériences sans couture entre les canaux.

Pour générer une liste indépendante de retailers à évaluer, Google a utilisé les données de SimilarWeb disponibles publiquement. L'idée était d'identifier les meilleurs retailers dans la catégorie Magasins pour chaque pays (Royaume-Uni, Allemagne, France, Pays-Bas, Danemark,

Norvège et Suède), en fonction du volume de trafic sur leur site web. Cette liste a ensuite été filtrée pour ne garder que les retailers qui possèdent des magasins physiques.

Google a sollicité le cabinet Practicology pour mener une évaluation indépendante et comparer les retailers.

¹ <https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-resources/micro-moments/consumer-i-want-to-buy-micro-moments/>

² <https://www.thinkwithgoogle.com/data-gallery/detail/comparison-shopping-on-mobile-which-ones-best-moments/>

³ <https://www.forrester.com/72+Of+Businesses+Name+Improving+Customer+Experience+Their+Top+Priority/-/E-PRE9109>