

# Gérer efficacement la complexité croissante des technologies pour magasins dans un environnement concurrentiel



## TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	3
METTRE L'ACCENT SUR LES CONTACTS CLIENTS	3
ÉVOLUTION DES TECHNOLOGIES POUR MAGASINS	3
RECHERCHE D'AIDE EXTERNE	5
ATTRIBUTS D'UN PARTENAIRE IDÉAL	6
SERVICES DE SOUTIEN ESSENTIELS	6
CONCLUSION	8
À PROPOS DE CGI	8

## Introduction

De tout temps, le commerce de détail a été caractérisé par des changements continus. Au cours des siècles, il a pris plusieurs formes : vente itinérante, étals des marchés médiévaux, kiosques dans les rues, petits magasins familiaux, mégacentres commerciaux et, aujourd'hui, achats en ligne. Toutefois, la raison d'être fondamentale du commerce de détail, elle, n'a pas changé au cours des époques. Le commerce de détail a toujours été et demeurera toujours centré sur la livraison de biens et de services qui répondent aux besoins et aux désirs des clients. Il ne fait cependant aucun doute que l'industrie du commerce de détail que nous connaissons aujourd'hui est destinée à une transformation radicale, à mesure que de nouvelles formes de commerce de détail émergeront en fonction de l'évolution des attentes des clients et des technologies commerciales.

Quel est donc l'avenir du commerce de détail? Les détaillants continuent de subir les pressions imposées par l'augmentation des coûts, la réduction des marges bénéficiaires et une concurrence intense, mais leurs stratégies pour y faire face sont en mutation. Cette étude technique examine les initiatives des détaillants pour se tailler une place dans l'environnement concurrentiel de l'avenir, les technologies qui soutiendront ces efforts et l'aide dont ils auront besoin pour atteindre leurs objectifs.

## Mettre l'accent sur les contacts clients

À l'heure actuelle, l'attention des détaillants se porte sur les processus de contacts clients. Les détaillants recherchent des moyens de mieux comprendre leurs clients et de fournir les produits appropriés aux bons canaux, au moment voulu et à un prix attrayant. L'accès à des renseignements plus abondants sur les produits, de même que la multiplication des choix de produits, ont changé l'équilibre du pouvoir en faveur des consommateurs dans le secteur du commerce de détail. Les consommateurs sont aussi devenus plus exigeants. Les détaillants désirent améliorer l'expérience de magasinage de leurs clients tout en réduisant les frais engendrés par le raffinement de l'environnement de vente.

Bien que les questions relatives à l'efficacité de l'exploitation demeurent importantes, les détaillants mettent à profit des données et de nouvelles technologies pour optimiser les processus du côté de la demande, attirer et conserver un plus grand nombre de clients, et assurer la croissance future de leurs entreprises. Afin de se doter d'un avantage futur sur le marché, les détaillants devront connaître intimement leurs clients, et plus particulièrement leurs besoins, leurs désirs, leurs préférences et leurs valeurs. Ils devront aussi remanier leurs processus d'affaires et revoir les technologies utilisées dans leurs magasins pour s'assurer de combler les attentes de leurs clients.

## Évolution des technologies pour magasins

Les technologies évoluent afin de faciliter la transformation des magasins en points de vente centrés clients et de réduire les frais d'offre de produits et de prestation de services des détaillants. À l'aide de ces technologies, les détaillants pourront gérer leurs stocks en temps réel et exploiter plus efficacement les données dont ils disposent pour offrir les produits appropriés à un prix adéquat. Ils amélioreront aussi la qualité de leur service à la clientèle et fidéliseront leurs clients en améliorant leur expérience de magasinage.

Les sections qui suivent présentent diverses technologies émergentes qui exerceront une profonde influence sur l'exploitation des commerces de détail. Les détaillants ont tout intérêt à comprendre et à évaluer ces technologies alors qu'ils définissent leurs stratégies pour l'avenir.

### RFID

Les technologies d'identification par radiofréquence (RFID) peuvent fournir une visibilité complète des stocks sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement, de la fabrication des articles à leur paiement à la caisse. Les étiquettes RFID sont des puces électroniques de la

taille approximative d'une tête d'épingle, qui transmettent par radiofréquence des données concernant les palettes ou les caisses de produits. Des lecteurs spécialisés « lisent » sans contact le contenu de ces étiquettes, ce qui élimine la nécessité d'un balayage manuel.

Les technologies RFID donnent aux détaillants des moyens de suivre les produits tout au long de leur cheminement dans la chaîne d'approvisionnement et de prendre de meilleures décisions de gestion de leurs stocks, de réduire leurs coûts et d'améliorer leur service à la clientèle. Par exemple, un détaillant qui voit la demande pour un produit particulier croître de façon inattendue dans l'un de ses magasins peut réacheminer les expéditions de ce produit, même après qu'elles aient quitté les installations du fabricant, de l'entrepôt au magasin concerné.

Dans les magasins, les étiquettes RFID peuvent aussi servir au repérage des produits manquants, afin de réduire les pertes de marchandise. À long terme, on peut imaginer l'intégration d'étiquettes RFID dans les cartes d'achat des clients, afin de suivre leurs déplacements dans un établissement et de leur faire des présentations de vente personnalisées.

### ***Appareils sans fil***

Les technologies sans fil peuvent transformer l'expérience de magasinage des clients et constituer un puissant outil concurrentiel, alors que les détaillants tentent de renforcer leurs relations avec les clients. Les ordinateurs de poche et autres appareils sans fil donneront aux employés un accès en temps réel aux renseignements relatifs aux produits et aux clients, afin de leur permettre de répondre sur-le-champ aux questions des clients. À l'avenir, des appareils sans fil pourront être fournis aux clients afin de leur présenter directement de l'information promotionnelle et des renseignements détaillés sur les produits. Des « chariots intelligents » permettront aussi d'établir des interactions avec les clients pendant leur magasinage, pour leur suggérer des produits et les aviser de promotions en cours, en utilisant des données recueillies selon leur comportement d'achat actuel ou antérieur.

Les systèmes PDV sans fil permettront aux détaillants d'accomplir une étape de plus en combinant un accès en temps réel aux renseignements relatifs aux produits à des services instantanés de paiement des achats. Regroupant des technologies de voix pour les communications entre magasins, des liens vers les bases de données sur les produits et les clients, des lecteurs de codes intégrés et des lecteurs de cartes de crédit ou de cartes à puce et des imprimantes mobiles, ces systèmes permettront non seulement aux employés de répondre aux questions des clients, mais aussi de compléter leurs transactions d'achat, où qu'ils se trouvent dans le magasin.

Des postes de travail sans fil pour le personnel de direction des magasins et des infrastructures réseau sans fil prenant en charge les applications RFID généreront des gains d'efficacité opérationnelle considérables et, à long terme, amélioreront la qualité du service à la clientèle.

### ***Libre-service***

Les fonctions permettant aux clients de se servir eux-mêmes constituent une tendance forte en commerce de détail. Les technologies libre-service, telles que les appareils sans fil, les kiosques et les services de caisses automatisés, donneront aux clients un contrôle accru sur leur expérience de magasinage et réduiront le niveau de frustration engendré par les ruptures de stock, le manque de personnel et les longues files d'attente aux caisses.

Les clients utiliseront des appareils sans fil pour accéder facilement, rapidement et en temps réel aux renseignements relatifs aux produits et aux offres promotionnelles. Des kiosques en magasin pourront aussi être mis à profit pour fournir aux clients des renseignements et divers modes de paiement. Les caisses libre-service épargneront du temps aux clients, tout en réduisant les frais de main-d'œuvre des détaillants.

Les technologies RFID autorisent la mise en service de fonctions de caisse entièrement automatisées. Ce type d'applications pourrait prendre la forme suivante : le client ajoute à son chariot différents articles portant une étiquette RFID. Une fois ses emplettes terminées,

Les détaillants qui envisagent l'impartition de leurs technologies de l'information pour magasins doivent rechercher certains avantages stratégiques, opérationnels et financiers, notamment :

- Accès à de nouvelles technologies et aux meilleures pratiques de l'industrie
- Libération des membres de la direction pour leur permettre de se concentrer sur les activités de base de l'entreprise
- Libération de ressources TI pour leur permettre de se consacrer à la réalisation de projets stratégiques
- Réduction du niveau de risque par la conclusion d'une entente de partenariat avec un fournisseur TI d'envergure mondiale
- Amélioration des niveaux de service
- Concentration de la responsabilité des technologies de l'information pour magasins en un seul, au lieu du maintien de relations avec des fournisseurs multiples
- Capacité de réaction accrue aux perturbations et aux événements TI imprévus
- Capacité de réaction accrue aux changements se produisant sur le marché
- Amélioration du soutien fourni aux unités d'affaires, par la mise en œuvre de processus et de procédures éprouvés entraînant des gains de productivité
- Optimisation des budgets d'exploitation et d'immobilisation
- Réduction du niveau de risque lié aux investissements en technologies
- Stabilisation des budgets
- Accès à un plus vaste pouvoir d'achat et à des ententes de partenariat établies
- Structures de paiement souples correspondant aux besoins financiers des détaillants
- Réduction des coûts

le client conduit son chariot à proximité d'un poste de lecture et attend la production de sa facture. Le paiement pourrait s'effectuer de différentes façons, notamment à l'aide d'une carte client RFID. Un tel processus permettrait aux clients de quitter le magasin sans vider leur chariot et sans sortir leur portefeuille.

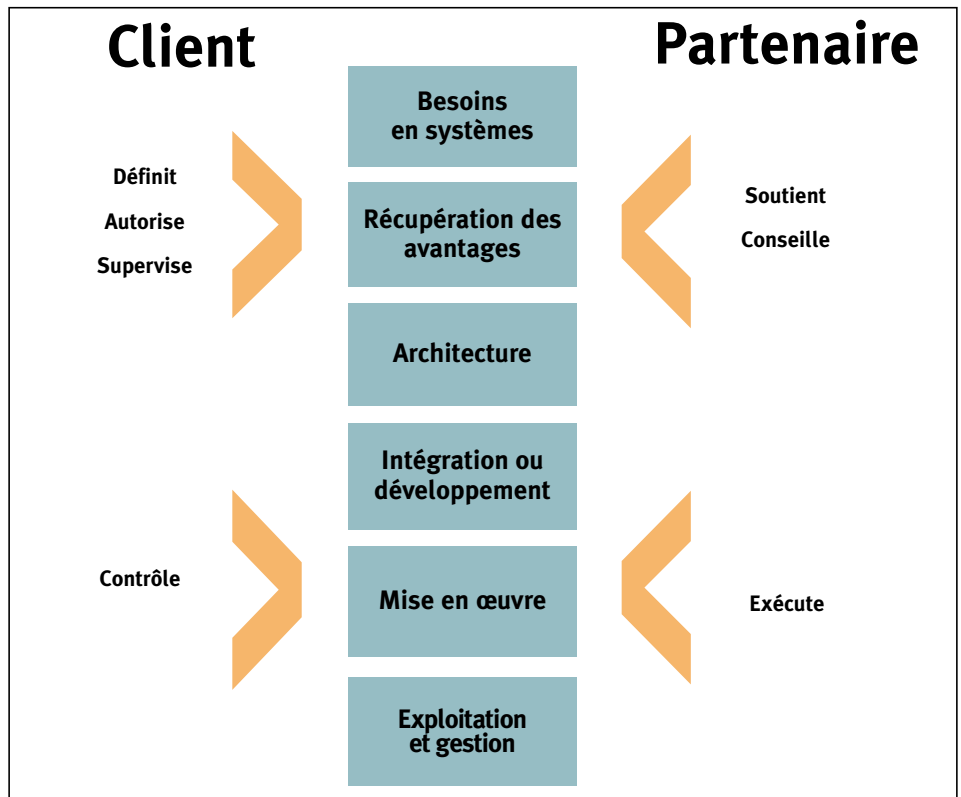
La mise au point d'appareils sans fil à l'intention des clients exigera encore de nombreuses années, mais plusieurs détaillants ont déjà installé des kiosques dans leurs magasins. L'adoption généralisée des services de caisse libre-service pointe aussi à l'horizon.

### Recherche d'aide externe

La complexité croissante qui accompagnera l'ajout de nouvelles technologies dans les magasins au cours des années à venir, combinée aux pressions concurrentielles auxquelles sont soumis les détaillants, poussera ces derniers à rechercher des partenaires qui pourront les aider à combler les besoins technologiques de leurs magasins et leur permettront de se concentrer sur la satisfaction des désirs et des besoins de leurs clients. Le moment est venu pour les détaillants de considérer la possibilité de confier en impartition la gestion des technologies pour magasins.

Dans le passé, les détaillants ont hésité à faire appel à des experts externes pour les aider à relever leurs défis en matière de technologies de l'information. Toutefois, on a noté au cours des cinq dernières années une tendance à l'impartition des TI dans le secteur du commerce de détail. À l'heure actuelle, 40 % des détaillants confient en impartition certains éléments de leur infrastructure TI ou de leurs processus d'affaires.

Le détaillant a tout intérêt à concevoir l'impartition dans le cadre d'une relation à long terme, qui définit clairement et assure le respect des rôles et des responsabilités des parties. Le détaillant doit choisir un partenaire qui met l'accent sur la qualité, qui s'est acquis une solide réputation pour la mise en œuvre de solutions de qualité et qui fait preuve de souplesse dans ses relations avec ses clients. Le modèle illustré ci-dessous décrit la répartition optimale des rôles et des responsabilités dans une relation d'impartition efficace.



### Attributs d'un partenaire idéal

Comme l'infrastructure de systèmes TI pour magasins constitue un microcosme complexe de technologies, de processus et d'éléments de soutien, une relation d'impartition des systèmes pour magasins peut englober un large éventail de composantes interreliées.

Afin de simplifier au maximum les activités de son client, le partenaire d'impartition d'un détaillant doit :

- Normaliser les technologies utilisées dans les magasins existants à partir d'une plate-forme technologique commune
- Gérer les processus d'ouverture de nouveaux magasins
- Acquérir et gérer l'ensemble du matériel et des logiciels constituant les technologies de l'information pour magasins
- Assumer la responsabilité de la configuration logicielle standard des magasins (gérer la création du « disque d'or »)
- Assurer la préparation, l'installation et les essais de toutes les composantes technologiques des magasins
- Fournir un centre d'assistance avec point de contact unique
- Répondre à tous les besoins de développement et de maintenance des logiciels
- Effectuer le câblage et la maintenance de l'ensemble du matériel technologique des magasins, conformément à des niveaux de service déterminés à l'avance.
- Élaborer un plan technologique annuel conforme aux besoins d'affaires du détaillant, aux développements technologiques dans l'industrie et au niveau d'expertise de l'industrie de leurs partenaires communs.
- Mettre en œuvre des processus et des procédures standards
- Gérer les niveaux de service et mettre en œuvre des procédures de production de rapports pour suivre l'efficacité des processus de livraison des technologies pour magasins et identifier les domaines d'amélioration continue
- Fournir une expertise technologique et du secteur du détail, et assurer l'animation d'un comité directeur des technologies pour magasins; ce comité doit être formé du chef de l'information du détaillant et de représentants des unités d'affaires de l'entreprise
- Gérer l'ensemble des fournisseurs de technologies pour magasins

### Services de soutien essentiels

Les services fournis par le partenaire d'impartition doivent répondre aux besoins technologiques de bout en bout du détaillant, et englober l'ensemble des activités permettant d'offrir ces services.

#### *Bureau de gestion des contrats*

La prestation de services continus de soutien au détaillant par l'intermédiaire d'un bureau de gestion des contrats, créé et exploité par l'impartiteur, constitue un élément essentiel d'une relation d'impartition des systèmes pour magasins. La principale fonction du bureau de gestion des contrats est de gérer et de coordonner la prestation des services (fournis directement par l'impartiteur ou par des tiers) au détaillant. Ces services doivent comprendre la coordination des demandes de systèmes d'affaires, la coordination de l'exploitation des systèmes, la gestion des services fournis au détaillant, l'administration de la configuration et la gestion des changements, ainsi que l'approvisionnement et la gestion des logiciels et du matériel.

#### *Plan d'évolution technologique des magasins*

Un détaillant et son partenaire doivent collaborer au développement continu d'un plan d'évolution technologique des magasins. Ce plan inclut l'examen annuel du matériel et des logiciels installés dans chaque magasin. Il doit être mis à jour de façon continue pour permettre une compréhension claire des changements prévus aux exigences technologiques de chaque établissement, et des composantes qui doivent être mises à niveau dans chaque magasin.

#### *Approvisionnement et gestion des actifs*

Les partenaires d'un détaillant doivent pouvoir le faire profiter d'un plus vaste pouvoir d'achat et d'ententes de partenariat existantes, permettant à l'impartiteur d'optimiser les prix du matériel et des logiciels. Une gestion efficace de la durée de vie des actifs, de leur acquisition à leur disposition, peut réduire les coûts, accroître la productivité et permettre l'exploitation plus rentable des investissements TI existants.

#### *Déploiement des technologies dans les nouveaux magasins*

Un partenaire doit réaliser toutes les activités menant au déploiement des technologies dans un nouveau magasin d'un détaillant, y compris les activités suivantes :

- Approvisionnement du matériel, des logiciels et du câblage
- Préparation et intégration du matériel et des logiciels
- Installation et essai du matériel
- Installation et essai du câblage

#### *Gestion des niveaux de service*

La gestion des niveaux de service constitue un élément essentiel du soutien continu. Un niveau de service est une mesure quantitative de rendement. Une entente sur la qualité du service décrit les objectifs de rendement dont ont convenu le détaillant et l'impartiteur. Le non-respect des niveaux de service doit entraîner l'application de pénalités prévues au contrat.

#### *Soutien et maintenance des applications pour magasins*

Le partenaire d'un détaillant doit pouvoir offrir des services de maintenance et de soutien de toutes les applications pour magasins du détaillant. Le partenaire doit affecter du personnel en permanence à la maintenance et au soutien, ainsi qu'à la mise à niveau de certaines applications pour magasins. Les activités de maintenance et de soutien doivent porter sur la

réparation des défaillances et sur la réalisation d'améliorations de petite envergure. Les améliorations plus importantes doivent être réalisées sous forme de projets dont la valeur doit être calculée à partir des frais de main-d'œuvre et de matériel prévus.

Un détaillant peut décider d'ajouter, de supprimer ou de mettre à niveau certaines applications pendant la durée de l'entente d'impartition. Le partenaire doit soutenir toutes les applications exigées par le détaillant pendant la durée du contrat. Pour des raisons d'affaires, un détaillant peut décider que l'ajout ou le retrait de certaines applications dans l'environnement de magasins doit être traité et facturé sous forme de projet, en appliquant les procédures standards de facturation de projet.

Un partenaire doit effectuer les tâches suivantes dans le cadre des services de soutien aux applications qu'il fournit au détaillant :

- Maintenance et amélioration des applications en production
- Traitement des rapports de dérangement
- Participation au processus de gestion des changements
- Correction des problèmes ou des défaillances, lorsque le rendement des logiciels n'est pas conforme aux niveaux de service convenus
- Exécution des demandes de changement aux applications

#### ***Centre d'assistance***

Le partenaire d'un détaillant doit fournir un centre d'assistance à point de contact unique qui traite tous les appels provenant des magasins. Le centre d'assistance doit offrir les services suivants :

- Suivi des appels dans le système de gestion des incidents (on recommande la mise sur pied d'un système Web permettant aux utilisateurs et à la direction des magasins de visualiser les données relatives aux incidents)
- Production d'un ensemble de base de rapports
- Résolution des problèmes – Les analystes qui reçoivent les appels des utilisateurs doivent tenter de résoudre les problèmes à l'aide d'une base de connaissance et de scripts élaborés à leur intention.
- Acheminement des problèmes – Les problèmes qui ne peuvent être réglés par les analystes doivent être acheminés aux individus appropriés en vue de leur résolution.
- Exécution de demandes de services administratifs selon des procédures mises au point en collaboration avec le détaillant
- Escalade des appels – Le centre d'assistance demeure responsable du règlement de tous les incidents signalés, et doit procéder à l'escalade de ceux dont la résolution a excédé les limites définies avec le détaillant.

#### ***Maintenance en magasin***

Le partenaire d'un détaillant doit fournir un service de maintenance de l'équipement, y compris les pièces et la main-d'œuvre, dans les magasins du détaillant. Ce service comprend le dépannage et le remplacement des extrémités des câbles et des connecteurs et des divers câbles servant à l'interconnexion des appareils.

Dans le cas où une intervention en magasin est requise, le partenaire doit dépêcher sur place un technicien de service qui procédera au rétablissement du fonctionnement normal de l'équipement, conformément aux niveaux de service et aux délais de restauration convenus avec le détaillant.



## À propos de CGI

Fondée en 1976, CGI aide des clients provenant d'un vaste éventail de secteurs économiques à tabler sur les technologies de l'information pour maximiser leur performance et la valeur ajoutée qu'ils produisent. CGI offre également une gamme complète de services d'impartition des processus d'affaires qui lui permettent de gérer et d'améliorer les processus d'affaires quotidiens de ses clients, afin qu'ils puissent se concentrer sur leurs décisions stratégiques. La Société offre des services de consultation, d'intégration de systèmes et d'impartition répondant à l'ensemble des besoins technologiques et d'affaires de sa clientèle. CGI aborde chaque mandat avec un même objectif en tête – contribuer à la croissance et au succès de ses clients. CGI fournit des services à des clients dans le monde entier, à partir de ses bureaux du Canada, des États-Unis et d'Europe, et également de ses centres d'excellence en Inde et au Canada.

Pour explorer ces aspects et découvrir comment CGI peut vous aider, communiquez avec votre directeur de compte CGI, ou visitez la page [www.cgi.com/web/fr/siege\\_social.htm](http://www.cgi.com/web/fr/siege_social.htm) pour connaître l'emplacement des bureaux de CGI les plus près des vôtres. D'autres renseignements sont affichés sur le site [www.cgi.com](http://www.cgi.com).

Dans le cas où une intervention en magasin n'est pas nécessaire, le partenaire doit identifier, repérer, préparer et expédier les pièces de rechange aux magasins concernés au cours de la nuit suivant la réception de l'appel de service.

### *Normalisation des technologies pour magasins*

La normalisation des composantes techniques matérielles et logicielles peut représenter un avantage clé de l'impartition des systèmes pour magasins. Le contrat d'impartition doit inclure des clauses selon lesquelles le partenaire du détaillant procédera (s'il y a lieu) à la conversion des magasins existants à une configuration matérielle et logicielle normalisée.

### *Gestion de la collecte des données des magasins*

Le partenaire d'un détaillant doit être en mesure de gérer tous les aspects de la collecte des données des magasins. Ces activités comprennent la transmission de mises à jour des listes de prix aux magasins, la réception des données de vente de chaque établissement et la gestion des autres données nécessaires aux communications entre le siège social et les magasins.

## Conclusion

Les détaillants visionnaires explorent le potentiel de nouvelles technologies dans le but de se positionner à l'avant-garde d'un marché en mutation rapide et où la concurrence est de plus en plus serrée, afin de répondre aux attentes de leurs clients et de réduire constamment leurs frais d'exploitation. Les technologies émergentes, telles que les dispositifs RFID, les fonctions libre-service et d'autres types de technologies pour magasins, engendreront de profondes mutations dans la façon dont les détaillants se livrent concurrence. Les détaillants qui présenteront les meilleures probabilités de succès au cours des dix prochaines années seront ceux qui veilleront à rehausser l'expérience de magasinage de leurs clients et à réduire leurs frais d'exploitation.

Afin de tirer le meilleur parti possible des nouvelles technologies et de gérer un environnement de technologies pour magasins dont la complexité ne cesse de croître, les détaillants ont tout intérêt à confier la gestion de leurs systèmes pour magasins en impartition. En s'appuyant sur l'expertise technologique et en commerce de détail de partenaires d'impartition stratégique, les détaillants pourront se concentrer sur la satisfaction de leurs clients et seront prêts à exploiter les « magasins de l'avenir ».