

Contact Presse

Audrey Lacroix

0614401581

lacroix.audrey@yahoo.fr

**UNE NOUVELLE ÉTUDE AVANADE PREVOIT UNE TRANSFORMATION RADICALE
DES POINTS DE VENTE VERS UNE APPROCHE THÉMATIQUE**

Les distributeurs doivent valoriser leur main-d'œuvre et réorienter leurs compétences pour réussir.

PARIS – 16 mars, 2017 – [Avanade](#), premier intégrateur mondial de services cloud et digitaux innovants, et de solutions d'entreprise avec l'écosystème Microsoft au cœur de sa stratégie, présente une nouvelle étude réalisée avec [EKN Research](#). Cette étude montre que les magasins sont amenés à remplir des rôles très différents à l'horizon 2020, les retailers s'attendant à la mise en place de nouveaux modèles de magasins. En conséquence, des changements importants sont nécessaires en matière de capacités et de technologies liées à l'environnement de travail, plus numérique ([digital workplace](#)). Pourtant, les professionnels interrogés lors de l'étude semblent accuser un retard important en la matière, notamment concernant la préparation de leurs employés aux changements à venir. La plupart indiquant très peu de variations dans la façon dont les activités en magasin seront allouées ces prochaines années.

60% des distributeurs pensent que les magasins se transformeront, passant des ventes majoritairement traditionnelles à des boutiques plus thématiques dans l'objectif de cibler une clientèle spécifique. 56% s'attendent à ce que les magasins fonctionnent comme des centres de retrait des commandes effectuées en ligne. Les principaux facteurs ayant influé sur cette évolution sont les attentes changeantes des clients, la tendance à la baisse continue des ventes monocanales et la croissance exponentielle des ventes via les canaux numériques.

Malgré les changements prévus dans le secteur, les distributeurs s'attendent à ce que les employés travaillent à peu près comme ils le font aujourd'hui. Ces résultats fournissent un contraste saisissant entre la vision des distributeurs et leur capacité à la mettre en œuvre. Par exemple, au cours des prochaines années, les distributeurs ne s'attendent pas à ce que les employés de magasin mettent l'accent sur les activités liées à la clientèle. Même s'ils prévoient une concentration vers des concepts plus thématiques de vente au détail.

« Les distributeurs doivent repenser les activités du magasin et rechercher des technologies qui améliorent l'expérience client et mettent en valeur leurs employés. », déclare Barry Givens, Retail Solutions Lead chez Avanade. « 52% des distributeurs prévoient d'utiliser la réalité augmentée et la robotique dans leurs magasins dans les deux ans à venir, et il est important de comprendre l'impact de ces technologies sur leurs équipes. Les outils numériques qui aident à former le personnel et à fournir des expériences personnalisées aux employés sont tout aussi importants que ceux qui engagent le client. »

Les répondants à l'étude constatent que des employés mieux préparés, plus épanouis et plus investis pourraient impacter favorablement la satisfaction client, la disponibilité des stocks, les ventes en ligne et en magasin et les marges d'exploitation. Pour en savoir plus sur l'évolution du rôle des retailers et les recommandations qui leur sont destinées, lisez le [rapport complet](#).

Les résultats de l'étude amènent à quelques recommandations décrites par Avanade dans le rapport complet :

- **Les employés de magasin devront mieux s'aligner** sur les nouvelles manières de travailler qu'induiront les nouvelles technologies et sur les nouveaux besoins en matière d'expérience client.
- **Les distributeurs devront offrir un véritable environnement de travail numérique** pour accroître l'engagement et la productivité des employés, en cohérence avec les nouveaux usages de la génération Y qui représente une part majeure des ressources.
- **Les distributeurs devront proposer une formation rapide et souple** pour optimiser les performances des employés intérimaires, en forte augmentation.
- **Les distributeurs seront amenés à adopter l'automatisation en magasin** en termes de mobilité via les smartphones, mais aussi de marchandises intelligentes, de « wearables », de réalité augmentée, de tablettes POS et plus encore.

A propos de l'étude

En collaboration avec la recherche d'EKN, Avanade a interrogé 161 décideurs dans différents segments du secteur de la distribution afin de comprendre les facteurs moteurs de la transformation du numérique et de la main-d'œuvre dans l'industrie.

A propos d'Avanade

Avanade est le premier intégrateur mondial de services cloud et digitaux innovants, de solutions d'entreprise et d'expériences engageantes et productives, avec l'écosystème Microsoft au cœur de sa stratégie. Les équipes d'Avanade combinent l'expertise métier et technique pour conseiller et accompagner les clients dans leur transformation, et pour définir, mettre en œuvre, déployer et gérer des solutions de qualité sur cloud privé, public ou hybride. Fort de 30 000 professionnels connectés dans 24 pays, Avanade travaille pour des entreprises de tous secteurs d'activité, au travers d'une culture collaborative respectant la diversité. Majoritairement détenu par Accenture, Avanade a été créé en 2000 par Accenture LLP et Microsoft Corporation. Pour en savoir plus, visitez le site www.avanade.com/fr

###