

# Agir pour comprendre l'évolution du marché de la vente au détail

Découvrez comment des leaders de la vente au détail utilisent la data pour surmonter quatre des grands défis actuels.



# Introduction

**Le secteur de la vente au détail a connu des changements sans précédent au cours de ces dernières années. Aucune autre industrie n'a subi de bouleversements aussi profonds, tant du point de vue du mode que de l'origine des ventes. Ces changements présentent des avantages certains, mais entraînent également de nouvelles contraintes.**

Vous devez anticiper les besoins de vos clients, quel que soit le canal d'achat, et maintenir une tarification flexible. Vous devez de surcroît développer une chaîne d'approvisionnement solide, tout en fédérant vos équipes autour d'un objectif commun : le client.

Comment combiner tous ces éléments ?

Est-il possible d'offrir une approche flexible aux consommateurs tout en s'appuyant sur des processus solides ?

Sur la base de notre expérience auprès de détaillants du monde entier, nous savons que la clé du succès repose sur l'emploi des bonnes données au bon moment, afin de prendre des décisions plus avisées, flexibles et avantageuses. Cet ebook est l'occasion de partager nos connaissances et de vous montrer comment une nouvelle approche de vos données et un partenariat avec Tableau peuvent transformer votre activité.

- Boostez l'efficacité de votre chaîne d'approvisionnement
- Offrez des expériences exceptionnelles sur tous les canaux
- Fédérez vos équipes autour du client
- Déployez des stratégies produits et tarifaires flexibles



# 75 %

des consommateurs ont essayé un nouveau magasin, une nouvelle marque ou un nouveau mode d'achat pendant la pandémie.

Source : [McKinsey](#)

# 44 %

des consommateurs mondiaux prévoient d'effectuer davantage d'achats en ligne.

Source : [Étude consommateur d'EY](#)

# Boostez l'efficacité de votre chaîne d'approvisionnement

**Votre chaîne d'approvisionnement est soumise à rude épreuve. Face à l'évolution constante des besoins des consommateurs, il est de plus en plus difficile d'accroître son efficacité.**

Vous devez sans cesse revoir votre chaîne d'approvisionnement, mais l'adoption de nouveaux fournisseurs ou partenaires pour faire face à la demande des clients est chronophage. Pour maintenir l'agilité et la réactivité de votre entreprise, vous devez disposer d'une vision claire de chaque aspect de votre chaîne d'approvisionnement, de l'achat à la livraison.

Une chaîne d'approvisionnement plus efficace présente des avantages indéniables en matière de réactivité et de satisfaction des clients.

Ces gains d'efficacité découlent de votre capacité à identifier les nouvelles tendances et les besoins de vos clients, et à y répondre en maintenant un processus d'achat à la fois agile et rapide.

Grâce à une meilleure détection des tendances économiques et de consommation, vous aurez une longueur d'avance sur vos concurrents. Dans ce but, vous devez disposer d'un aperçu complet de vos données en temps réel. Cela vous permettra également de limiter le gaspillage dans le cadre de votre processus d'achat et de suivre l'évolution des exigences de vos clients.

# 45 %

**des consommateurs évitent le plastique autant que possible.**

Source : [PwC](#)

**Pour raccourcir les délais de mise sur le marché de leurs produits, les commerçants cultivent une collaboration transversale afin de favoriser l'intégration verticale, ainsi que des partenariats avec des tiers pour accélérer et booster leur chaîne d'approvisionnement.**

Source : [McKinsey](#)



# Témoignage de client : Abercrombie & Fitch



## PROBLÉMATIQUE :

Le style décontracté d'Abercrombie & Fitch est connu dans le monde entier. Mais avec 865 magasins à approvisionner aux quatre coins de la planète, les opérations de merchandising d'A&F sont loin d'être aussi décontractées ! Pour cette entreprise, tout repose sur la planification. À ce titre, être capable d'identifier les tendances et d'y répondre sans délai est une qualité essentielle.



## SOLUTION :

Grâce à Tableau, A&F utilise des métriques clés pour aider son équipe Merchandising à suivre les ventes au fil du temps et par segment de clientèle. Cette vision claire des tendances et du comportement des clients permet à A&F de modifier son stock immédiatement, en revoyant l'offre à la hausse ou à la baisse au gré des besoins.



## RÉSULTAT :

Le cloisonnement des données de vente entravait autrefois la réactivité de l'entreprise. Désormais, le serveur Tableau d'A&F permet à 600 utilisateurs de lancer 6 000 requêtes chaque semaine. Grâce à une vision plus claire des transactions et du comportement des clients, l'entreprise est aujourd'hui capable de moduler instantanément son stock.

## APERÇU DES RÉSULTATS :

**Intégration des données client et produit de**

**865 magasins**

**Satisfaction des attentes client grâce à une vue centralisée des stocks des magasins physiques et en ligne**

« Nous pouvons identifier les tendances qui se dégagent au fil du temps et les analyser. Tableau nous permet de capturer des quantités impressionnantes de données, et lorsque nous décidons de la répartition des stocks, nous pouvons repérer les valeurs atypiques et y réagir plus rapidement. »



**DANIEL TRIMMER**

Responsable senior, Product Facing Solutions  
Abercrombie & Fitch

# Offrez des expériences exceptionnelles sur tous les canaux

**Il ne suffit plus d'exceller sur un canal de vente spécifique sans se préoccuper des autres parcours d'achat. Vos clients sont de plus en plus exigeants : ils s'attendent à retrouver la même expérience et le même niveau de service, quels que soient les points d'achat. La priorité est désormais donnée à la commodité et à la facilité d'utilisation.**

L'essor de l'e-commerce se poursuit. La pandémie de COVID-19 a poussé une nouvelle cohorte à découvrir les avantages de la vente au détail en ligne, et un retour aux achats en magasin est peu probable.

Pour réussir dans ce nouveau contexte, vous devez avant tout bien connaître votre clientèle, ses envies et ses besoins, puis lui proposer des produits adaptés le plus simplement possible.

Pour ce faire, il est impératif de savoir exploiter les données déjà en votre possession, non seulement pour montrer que vous comprenez votre clientèle, mais pour le prouver à l'aide de prévisions exactes.



# 86 %


des consommateurs sont susceptibles de continuer leurs achats en ligne/par téléphone après la levée des mesures de distanciation sociale.



Source : [PwC](#)

# 43 %

des consommateurs américains achètent en ligne : la facilité est un critère de choix constant dans tous les segments de la vente au détail.



Source : [Deloitte](#)

# Témoignage de client :



## PROBLÉMATIQUE :

Lorsque vous êtes l'un des fournisseurs de matériel outdoor les plus populaires aux États-Unis, il est normal de pencher vers l'individualisme. Avec plus de 16 millions de « membres », le défi pour REI était d'utiliser les données clients collectées afin de créer une expérience plus personnalisée, en magasin comme en ligne.



## SOLUTION :

REI a utilisé Tableau pour rassembler des points de données clients provenant de plus de 75 sources différentes, allant des points de vente à AdWords. Grâce à la centralisation de ces données au sein d'une vue unique, REI peut analyser le parcours client complet et placer l'expérience client au cœur de chaque décision métier, que ce soit en magasin ou en ligne.



## RÉSULTAT :

La centralisation des données permet à REI de mieux se focaliser sur sa clientèle. Les analyses montrent l'influence de la composition du site Web sur le comportement des clients, l'effet des campagnes d'e-mails ciblés, ou encore la façon dont les promotions encouragent les décisions d'achat. Le résultat ? Une présence plus importante sur le marché et une stratégie d'expérience client sans cesse perfectionnée.

## APERÇU DES RÉSULTATS :

# 75

**sources rassemblées  
dans la même vue**

« Au regard de l'évolution actuelle de la consommation, notamment la part croissante des achats numériques et en ligne au détriment des ventes en magasin physique, l'une de nos priorités chez REI est de nous connecter à nos données dans Tableau afin de découvrir des informations exploitables, et de nous appuyer sur ces découvertes pour adapter notre stratégie et améliorer l'expérience client. »



**CLINTON FOWLER**

Directeur, Customer And Advanced Analytics  
REI

# Fédérez vos équipes autour du client

**Depuis toujours, le secteur de la vente au détail s'articule autour des interactions entre les opérations, la chaîne d'approvisionnement, le merchandising et le marketing. Parvenir à un équilibre au sein de l'entreprise est déjà assez délicat, mais pour réussir aujourd'hui dans tous ces domaines, vous devez également tenir compte d'un élément supplémentaire : le client.**

Comment fédérer vos équipes sans perdre de vue votre priorité absolue ?

La solution consiste à offrir à l'ensemble de vos collaborateurs une source unique d'informations fiables, afin que leurs décisions s'appuient sur des données à jour, et non sur des conventions ou des avis personnels.

Il ne fait aucun doute que la période post-pandémie verra une évolution rapide des attentes et des préférences des consommateurs, tandis que le marché de la vente au détail poursuit sa mutation. Pour continuer à prospérer dans un tel contexte, il est indispensable de pouvoir anticiper les exigences changeantes des consommateurs et d'avoir une vision claire des mesures à prendre à l'échelle de l'entreprise. Et la seule solution pour y parvenir, c'est de posséder une bonne compréhension de vos données.



# 63 %

**des consommateurs font davantage de courses en ligne/par téléphone depuis la mise en place des mesures de distanciation sociale**

Source : [PwC](#)

**Indépendamment de leur taille, les détaillants qui tirent leur épingle du jeu sont ceux capables de rapprocher leurs stocks des consommateurs. Leurs produits sont ainsi facilement accessibles en magasin, que l'achat soit physique ou numérique.**

Source : [Deloitte](#)

# Témoignage de client :



## PROBLÉMATIQUE :

Pour un détaillant, l'idéal est de savoir épouser à l'avance une tendance qui se transforme ensuite en phénomène culturel capable d'influencer les comportements d'achat. Pour l'entreprise Whole Foods, qui possède 460 magasins aux États-Unis, au Canada et au Royaume-Uni, une explosion de popularité et une croissance rapide ont conduit à une incompatibilité entre systèmes et sources de données.



## SOLUTION :

Whole Foods a fait appel à Tableau pour créer une source unique d'informations fiables pour toute l'entreprise. Les tableaux de bord régionaux permettent aux directeurs de magasin de suivre leurs performances par rapport à celles d'autres succursales. Le passage des clients en caisse est mesuré dans chaque magasin afin d'ajuster les effectifs en conséquence et d'assurer une expérience client optimale.



## RÉSULTAT :

Whole Foods a développé et adopté une culture data-driven à travers toute l'entreprise. 18 000 utilisateurs exploitent désormais les mêmes sources de données, ce qui permet non seulement de booster l'efficacité opérationnelle des magasins, mais également l'expérience client globale.

## APERÇU DES RÉSULTATS :

# 18 000

**utilisateurs exploitent les mêmes sources de données**

« Chez Whole Foods Market, il est extrêmement important de favoriser une culture data-driven. Les données sont au cœur de notre entreprise, car c'est grâce à elles que nous pouvons améliorer l'expérience client, accroître notre clientèle et créer une meilleure expérience pour l'ensemble de nos parties prenantes. »



**JAMIE LAHIÈRE**  
Gestion du changement  
Whole Foods Market



# Déployez des stratégies produits et tarifaires flexibles

**Pour les consommateurs, valeur et qualité sont aujourd'hui les maîtres-mots. Dans le cadre de leurs efforts pour augmenter leur part de marché, les détaillants doivent concilier ces attentes avec leurs propres exigences en matière de marge et de rentabilité. La solution consiste à élaborer des stratégies produits et tarifaires basées sur les données et tout aussi agiles que le reste de l'entreprise.**

Pour ce faire, la prise de décisions doit être guidée par une vision unique. En aidant vos équipes à analyser les données liées aux ventes, aux produits et à la tarification, vous leur permettez de prendre des décisions stratégiques concernant les catégories, les produits et les références.

Pour faire simple, une bonne compréhension du marché et de votre clientèle vous permet d'adapter vos produits et vos tarifs afin de tirer parti de la situation. Il ne s'agit pas de casser les prix, mais de définir une stratégie axée sur un rendement maximal.



# 67 %

**des consommateurs britanniques envisageraient d'acheter des denrées préemballées de marques de distributeurs.**

Source : [Euromonitor](#)

**Nous savons que nos prix comptent bien moins aux yeux des clients lorsque nos concurrents sont en rupture de stock.**

Source : [Forrester](#) (VP du Merchandising, chaîne de produits d'alimentation)

# 21 % des consommateurs sont à la recherche du meilleur prix possible

Source : [Forrester](#)

# Témoignage de client : Huel®



## PROBLÉMATIQUE :

Une nutrition de qualité dans le respect de l'environnement, telle est la mission de Huel. Cette entreprise fournit des produits diététiques à des prix abordables, soit l'équivalent de 100 millions de repas dans plus de 100 pays, le tout avec un impact minimal sur l'environnement. Elle connaît depuis toujours un pic d'activité au mois de janvier, mais peine à suivre les besoins des consommateurs.



## SOLUTION :

Une fois Tableau déployé à l'échelle de l'entreprise, Huel a pu s'attaquer de front au « Jumbo Jan » (pic d'activité de début d'année). Les tableaux de bord de Tableau ont permis à Huel de surveiller les comportements et tendances d'achat des clients en temps réel, grâce au partage de métriques sur le succès des canaux et des campagnes, ainsi que sur les ventes. L'entreprise a ainsi pu réagir en conséquence.



## RÉSULTAT :

Huel est désormais en mesure d'anticiper les ventes quotidiennes qui seront réalisées au mois de janvier, avec un taux de précision de 98 %. L'entreprise peut ainsi s'adapter rapidement, en tirant parti d'une gamme étendue de produits, d'une valeur ajoutée accrue et d'une expérience client améliorée.

## APERÇU DES RÉSULTATS :

# 98 %

de précision au niveau des prédictions de ventes quotidiennes

« La stratégie data-driven de Huel aide l'entreprise à surmonter la pandémie et à s'adapter à la nouvelle réalité du marché. Tableau nous permet de prendre des mesures claires et rapides. Nos équipes examinent les données et en tirent des informations exploitables, qu'elles portent sur les prévisions de revenus, l'efficacité de la distribution ou les dépenses marketing. »



**OLLIE SCHEERS**  
Directeur e-commerce  
Huel

# Dans toute l'Europe, Tableau aide les entreprises de vente au détail à gagner en transparence grâce à une vision complète de leurs clients

L'évolution actuelle du secteur est certes prometteuse, mais elle est loin d'être simple. Une chose est certaine : partout dans le monde, les entreprises innovantes se tournent aujourd'hui vers les données pour devenir plus agiles et réactives.



## Créer une vue en temps réel de l'ensemble de vos activités

Chaque seconde compte : Tableau vous permet de prendre des décisions basées sur des données en temps réel.



## Éliminer les silos pour favoriser un engagement total

Réunissez les données de la chaîne d'approvisionnement, du merchandising et du marketing pour une vision complète de vos opérations.



## Générer une vue complète de vos clients

Tableau vous offre une vue de vos clients à chaque point de contact. Vous pouvez ainsi cibler le bon client au bon moment.



## Accélérer la prise de décisions critiques

Tableau place les données et l'analytique au cœur de la prise de décisions. Vos équipes peuvent ainsi travailler plus rapidement et efficacement.

## Et ensuite ?

**Chaque entreprise aura des priorités différentes pour les problématiques abordées dans cet ebook. Nous avons vu comment Tableau aide ces entreprises à résoudre leurs problématiques, et Tableau peut vous aider vous aussi.**



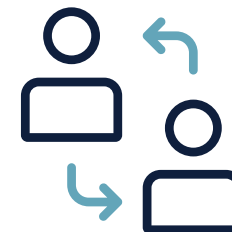
### Découvrir

Suivez l'une de nos présentations ou l'un de nos webinaires sur [tableau.com](https://tableau.com). Vous y découvrirez une mine d'informations sur l'importance de posséder une vision claire de votre clientèle.



### Échanger

Pour discuter plus directement de la manière dont Tableau peut vous aider, n'hésitez pas à nous contacter pour programmer un rendez-vous.



### Partager

Si vous souhaitez convaincre votre équipe et vos dirigeants, partagez cet ebook, engagez le dialogue et préparez-vous à obtenir une vision plus claire de vos clients.



[www.tableau.com](http://www.tableau.com)